



**La espectacularización en *Sálvame*. De la  
mercantilización de la intimidad a la polarización de la  
opinión pública.**

Trabajo de Fin de Grado – Grado en Periodismo

Autor: Omar Mohamed Rodríguez

Tutora: María Lamuedra Graván

## ÍNDICE

1. Introducción.	3
1.1.Hipótesis.	4
1.2.Objetivos.	4
2. Marco teórico.	5
2.1.El término telebasura en España. Origen y controversia.	5
2.2. Llegada y evolución de la Telerrealidad.	10
2.3. La prensa del corazón en televisión.	15
2.4. Mercantilización de la vida personal en televisión.	21
3. Metodología.	24
3.1. Muestra.	24
3.2. Categorías de análisis.	24
3.3. Método de análisis.	25
4. Descripción del programa a analizar.	27
4.1. Audiencias y estructura del programa.	27
4.2. Presentadores y colaboradores.	28
4.3. Señal de identidad e innovación televisiva.	28
5. Análisis.	32
5.1 Espectacularización en <i>Sálvame</i> .	32
5.2. Mercantilización de la vida de los colaboradores.	36
5.3. El despido en público como contenido televisivo.	41
5.4. Polarización de la opinión pública.	45
6. Interpretación de resultados.	50
7. Conclusión.	52
8. Reflexión personal.	54
9. Bibliografía.	56
ANEXO	64

## 1. Introducción

Con el nacimiento de las cadenas privadas en España, la televisión experimentó un cambio en el que el principal objetivo, que aun persiste hoy en día, era llegar al máximo número de personas para cosechar altos índices de audiencia y obtener así el mayor beneficio económico posible del producto.

Desde que se adoptó el término telebasura en referencia a los programas de entretenimiento, y la posterior llegada de la telerrealidad, se puso de manifiesto la facilidad de captar al público a través de la exposición de la vida privada y, por consiguiente, la venta de la intimidad de personajes de relevancia pública o personas anónimas que decidían dar el salto a la fama.

Dentro de la evolución que se ha vivido en la pequeña pantalla, la prensa del corazón se ha alejado del tono tratamiento frío y distante, propio de la prensa escrita y de los primeros formatos televisivos que se basaban en la entrevista al personaje, ha apostado por la creación de una nueva forma de hacer televisión, que bien recurre a la homogeneización de sus contenidos y la retroalimentación de lo sucedido, con el fin de generar una sensación de familiaridad en el receptor.

En la actualidad, Mediaset España hace uso de este modelo de televisión que, más allá de tener una intención de entretener al espectador, le otorga importantes resultados. Por esto, nuestra investigación se centrará en la versión diaria de *Sálvame*, un formato innovador de La Fábrica de la Tele que aún se mantiene en emisión tras 12 años en Telecinco con datos que evidencian el éxito del programa. Éxito cosechado mediante la participación de sus colaboradores, que son desnudados emocionalmente ante el público con la exposición de conflictos personales que, en su mayor parte, son causados intencionadamente por el mismo programa.

Por ello, se abordará, la espectacularización de la que hace uso *Sálvame* para captar a una audiencia mayoritaria y de la que los propios colaboradores son víctimas por la vulnerabilidad que muestran. Además, se conocerá como se recibe este mensaje en el público y los efectos que puede tener en este.

### 1.1. Hipótesis.

- *Sálvame* se ha consagrado como un programa de éxito en audiencias por la espectacularización de sus contenidos y la capacidad para captar la atención del espectador.
- *Sálvame* somete y aprovecha la vulnerabilidad de sus colaboradores para mercantilizar con su intimidad y rentabilizar el puesto de trabajo que ocupan.
- *Sálvame* polariza la opinión pública a través de las posiciones políticas de los colaboradores.

### 1.2. Objetivos.

- Explorar qué ha llevado a *Sálvame* a cosechar éxito en las audiencias.
- Explorar cómo espectaculariza *Sálvame* sus contenidos y qué elementos o lenguaje utiliza para ello.
- Explorar las situaciones límite a las que son sometidos los colaboradores de *Sálvame* por la mercantilización de la vida privada o su propia vulnerabilidad.
- Explorar cómo recibe y qué sensaciones produce en el espectador los conflictos que afrontan los colaboradores de *Sálvame*.
- Explorar cómo polariza *Sálvame* la opinión pública y consolida ideas preconcebidas en sus espectadores.



## 2. Marco Teórico.

### 2.1. El término telebasura en España. Origen y controversia

Con la llegada de los 90, a finales del siglo XX, “algunos periodistas comienzan a hablar de telebasura para describir los efectos en la programación parejos a los cambios del sistema televisivo surgidos con la competencia entre emisoras y la llegada de las emisoras privadas” (Palacio, 2007). El éxito del entretenimiento en televisión daba origen a una traducción del inglés americano, TV Trash, “término que los periodistas estadounidenses empiezan a utilizar en los años ochenta para describir algunos productos de la sociedad contemporánea, como la comida o el cine” (Palacio, 2007). Según López Talavera y Bermejo Bordonado, “la telebasura puede estar presente en toda la programación televisiva: desde un telediario a un concurso, desde un programa de crónica social a un debate de información política o deportiva”. Por lo que “dada la diversidad de contenidos televisivos que pueden encuadrarse en este fenómeno, no resulta fácil formular una definición” (Parés i Maicas, 2006). No obstante, el autor Manuel Parés i Maicas considera que la telebasura “se caracteriza fundamentalmente por la degradación de los contenidos y del lenguaje televisivo, que origina en el receptor un claro alejamiento de lo que debería tener la televisión en cuanto a su mensaje educativo y cultural”.

Esta televisión que nace, según Lopez Talavera, M. y Bermejo Bordonado, J., con la intencionalidad de “crear espectáculo y llegar, en muchas de las ocasiones, hasta extremos inadmisibles de banalización desde el punto de vista deontológico y de trasgresión de derechos fundamentales de la personalidad desde el punto de vista jurídico”, es definida por la Real Academia Española como “f.coloc. Conjunto de programas televisivos de contenidos zafios y vulgares”. A raíz del interés que despertaba entre el público lo que provenía, en su mayor parte, de la prensa rosa, en los programas “se llegó a rebasar el límite de la ley o de los sentimientos y del dolor humano” y “fue frecuente ver llorar a las personas entrevistadas y las reacciones de emoción del público asistente. Así, el dolor fue convertido en espectáculo público” (Lopez Talavera, M. y Bermejo Bordonado, J. 2005). La respuesta acogedora de la audiencia ante la mercantilización de los sentimientos, generó “una cultura insípida, vana, improductiva en la que los medios de comunicación ansían, por encima de todo, obtener grandes beneficios económicos, obviando, por tanto, su obligada función social en pro del puro mercantilismo” (Soto, 2005).

A lo largo de la historia, el término telebasura se ha usado de manera peyorativa por ser un fenómeno que “se inserta plenamente en la evolución de gustos, comportamientos y costumbres que, en este caso, puede estar señalando un cambio social de carácter negativo y retrógrado” (Parés i Maicas, 2006). Lo que le persigue desde sus primeros años en los que predominaba la idea, “aún hoy muy esgrimida en los debates, de que cuando se programa telebasura el público idiotizado no va a interesarse por otras ofertas” (Palacio, 2007). Una percepción del concepto que Gustavo Bueno abordó en su obra *Telebasura y Democracia* (2002) de la siguiente forma:

“Esto demuestra que la expresión “telebasura” no arrastra un mero concepto técnico, sino un sistema de valores de todo orden (estéticos, políticos, religiosos...), en referencia a los cuales buscamos delimitar valores y contravalores. “Televisión basura” es en realidad una expresión que implica una discriminación, en el conjunto de los programas televisados, de cosas opuestas, a saber, lo que hay que barrer y lo que hay que respetar. Lo más grave es que no suelen explicitarse los criterios en virtud de los cuales se califica algún programa de basura, y que no se dice, en general, por qué algo es basura o por qué algo es “producto limpio”; o por qué lo que es basura en un contexto deja de serlo en otro”. (Bueno, 2002).

Según Isidro Catela (2005), “lo que se critica con el término utilizado no es un género televisivo, sino un tipo de televisión degradante, en la que se vulneran los derechos fundamentales de la persona”. De manera que instaló la polémica desde sus inicios, cuando en 1997 se presentó “manifiesto contra la telebasura” que tal y como recoge López Talavera y Bermejo Bordonado, estaba firmado por asociaciones de consumidores, de vecinos, de padres de alumnos y sindicatos obreros que definían la telebasura como:

“Una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia, por los protagonistas que coloca en primer plano y por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar asuntos y personajes. Estos programas, bajo una apariencia hipócrita de preocupación y denuncia, se recrean en el sufrimiento y muestran la

condición humana más sórdida, con la exhibición gratuita de sentimientos y comportamientos íntimos”. (Lopez Talavera, M. y Bermejo Bordonado, J., 2005).

Con su entrada en política en la que como muestra del debate social generado, los partidos políticos “se implicaron más en la lucha por una televisión de calidad, y la crítica contra este tipo de programas aumentó a través de sus portavoces” (Lopez Talavera, M. y Bermejo Bordonado, J., 2005). Especialmente en 2003 a través de “unas declaraciones radiofónicas

del entonces presidente del Gobierno José María Aznar sobre la mala calidad de las televisiones y el cambio de legislatura en marzo de 2004, con la promesa de un código de autorregulación que firmó el nuevo Gobierno socialista con las cadenas españolas” (Sánchez, 2010) para “limitar los contenidos que se emiten, sobre todo, en horario de protección de menores (de 6:00 a 22:00), un horario reforzado en la franja de tarde (17:00 hasta las 20:00”. (Ruano López, 2007). Respecto a la llegada de este tipo de televisión a la política española, Manuel Palacio consideró que:

“Los comentarios periodísticos y las palabras de los políticos nos remiten al uso de los contenidos televisivos como parte indisoluble del conflicto político en España, aspecto éste que nos diferencia de todos los países de nuestro entorno político y social, y que a su vez permite contextualizar los motivos por los cuales un término como “telebasura” no tiene, ni de largo, el mismo uso en castellano que en otras lenguas”. (Palacio, 2007)

Numerosos son los formatos calificados como telebasura actualmente, a pesar de que “se encuentra básicamente concentrada en la programación denominada de crónica social o del corazón o la llamada telerrealidad”. (López Talavera y Bordenado Bermejo, 2005). El género del reality, que Francisco Perales Bazo define como “espectáculos de convivencia entre actores no profesionales que reaccionan de forma espontánea, intentando superar y sobrevivir a sus oponentes mediante una competencia permanente y expuestos ante la mirada de unas cámaras ubicadas de manera estratégica”, nació como un éxito en audiencias debido a que “el espectador tenía acceso a las experiencias de personas que convivían en un reducido espacio y eran sometidas a la constante presencia de las cámaras y micrófonos que captaban cada una de sus acciones, comentarios y sentimientos” (Lopez Talavera y Bermejo Bordonado, 2005). Pero lo que se convirtió en

la estrella del éxito al final del siglo XX, “fue esa mezcla entre información y espectáculo, los llamados “info shows”, dentro de los cuales se incluyeron los magazines, los talk shows y los reality shows”. (López Talavera y Bordenado Bermejo, 2005). Estos géneros se acogen a un fenómeno televisivo “que menoscaba sus posibilidades expresivas y de contenido en términos tanto de información y formación como de entretenimiento, y que conculca valores constitucionales como el derecho a la veracidad, a la intimidad, a la dignidad de las personas y a la protección de la infancia” (Fernández, Valentín-Alejandro & Juanatey-Boga, Óscar & González, J. & Campo, Lorena., 2005).

Además, para ser señalados como telebasura, López Talavera y Bordenado Bermejo recogen en su trabajo sobre Telebasura, Ética y Derecho (2005) una serie de parámetros que sirven como indicador para identificar a estos programas:

“Algunos de los argumentos que se suelen utilizar para denunciar un programa como telebasura son la existencia en ellos de: cierta manipulación informativa, o confusión de información y opinión con visión muy parcial o tendenciosa de un/os punto/s de vista; difusión de rumores e informaciones no contrastadas; nulo respeto al derecho a la propia imagen, la intimidad o el honor; conversión del dolor y la miseria humanas en espectáculo recabando en los aspectos más morbosos y sensacionalista; atracción por el sexo junto con su exhibición pública, fomento del escándalo y la violencia; apuesta por la pelea, el insulto y el griterío en vez del diálogo constructivo; lenguaje soez y ofensivo”.

Sin embargo, parece que estas programaciones “encuentran su “razón de ser” en las elevadas cifras de audiencia que obtienen” (Fernández, Valentín-Alejandro & Juanatey-Boga, Óscar & González, J. & Campo, Lorena., 2005). Así señalan López Talavera y Bordenado Bermejo, a la demanda de audiencia como uno de los principales argumentos para “justificar” la telebasura, que consideran que choca con el concepto de servicio público:

“A menudo se quiere identificar lo que quiere y pide la audiencia con un hipotético interés público que, inmediatamente, se confunde con la noción de servicio público, entendido éste como un servicio que afecta a los intereses generales y, como tal, debe realizarse desde la responsabilidad. Por otra parte, es poco riguroso

excusarse en lo que la audiencia quiere o pide cuando son otros criterios bien distintos los que imperan sobre los contenidos televisivos, criterios más bien de índole económica y mercantil” (López Talavera y Bordenado Bermejo, 2005).

En ocasiones, como defensa de esa razón de ser, se recurre a la búsqueda de audiencia, Fernández, Valentín-Alejandro & Juanatey-Boga, Óscar & González, J. & Campo, Lorena sostienen en su obra sobre “La espiral del silencio” aplicada a las audiencias de la telebasura que:

“En esta búsqueda de audiencia, lejos de orientarse hacia la diferenciación, los canales generalistas han seguido una línea de homogeneización de sus programaciones y de los contenidos de los espacios que las conforman. Una homogeneización que ha tenido su máximo desarrollo en los programas basura, de tal manera que, a pesar de haberse incrementado la oferta televisiva con la concesión de canales de gestión privada, si se hace un recorrido por los diferentes canales se puede tener la percepción de que se está ante una única programación y ello incluso puede llevar al telespectador a una cierta confusión a la hora de identificar algunos programas con los canales que los emiten” (Fernández, Valentín-Alejandro & Juanatey-Boga, Óscar & González, J. & Campo, Lorena., 2005).

Esa homogeneización a la que se hace referencia, es, por ejemplo, un modelo de televisión aplicado por Telecinco y Antena 3 en el que:

“La creación de diversos contenidos para llenar toda la parrilla televisiva ha hecho que, a lo largo de los años, ambas cadenas ofrezcan al público los mismos formatos a las mismas horas, provocando así una guerra de audiencias entre formatos totalmente idénticos Espejo Público (Antena 3) y El programa de Ana Rosa (Telecinco), o ¿Dónde estás corazón? Antena 3 y Sálvame Deluxe” (Giménez Pons, 2016).

Además, cabe destacar que, en el caso de la cadena principal del grupo audiovisual Mediaset España, uno de los aciertos es que “consigue generar una retroalimentación continua de sus contenidos, favoreciendo así el trasvase de públicos entre sus diferentes

programas” (Ortiz Navarro, 2018), y “ha sido y es una cualidad a su favor, como factor aliado para definir la identificable línea editorial de la cadena” (Terán, 2020).

Por otro lado, autores como Héctor G. Barnés, parte de la rotunda idea de que la telebasura ya no existe, lejos de esa justificación de existencia que ya se veía reflejada desde que comenzase su andadura de sofisticación, que ya mostraba la voluntad de vampirizar y degradar distintos campos de la cultura. En la actualidad, hay quien considera injusto este término por el trabajo de un equipo detrás de cámaras como es el caso de Borja Terán, que afirma:

“No se puede simplificar la oferta televisiva con el término telebasura. Simplemente, no es justo. Lo cierto es que los contenidos tóxicos no entienden de plataformas ni formas de distribución. Están presentes, nos rodean, en todos los ámbitos. Es la gran mentira de la televisión: simplificar la diversidad de un medio con la misma etiqueta, 'telebasura'. Despreciando, así, a millonarias audiencias. Ahora, sólo hay que aspirar a tener una televisión sin temor a experimentar con la creatividad que otorgue herramientas para que todos sepamos digerir los diferentes tipos de contenidos” (Terán, 2015).

## 2.2. Llegada y evolución de la telerrealidad.

Con “la aparición de la Ley de Televisión Privada, aprobada el 3 de mayo de 1988, marcó la ampliación de mayor trascendencia en la oferta televisiva española” (Mateos-Pérez, 2011) y de la que lo más relevante fue “la ruptura del monopolio de la televisión pública que ostentaba TVE, parcialmente compartido con las Autonómicas nacidas en 1983” (Corredoira y Alfonso, 2009). Tras los cambios que se implantaron, la televisión adoptó un nuevo modelo en el que competían por mayor reconocimiento. “Los espectadores exigían espacios atractivos, espectaculares, novedosos y comerciales, y los programadores lo tomaban en cuenta, puesto que los datos de audiencia marcaban el precio de los tiempos publicitarios, principal fuente de financiación de emisoras” (Pérez-Mateos, 2011).

Durante los primeros años, “los nuevos modelos de programación van cambiando poco a poco los gustos de la audiencia” (Bienvenido León, 2009) y, según Mateos-Pérez, “la

afluencia de la telerrealidad favoreció la instalación del morbo, los sucesos y el sensacionalismo en las pantallas españolas”. A pesar de que cualquier clasificación acerca de la telerrealidad se basa en simplificaciones y en el intento de organizar una realidad llena de matices y límites borrosos. Pese a ello, “resulta imprescindible confeccionar una primera definición genérica para poner orden en un territorio que es difícil de delimitar”. (Oliva Rota, 2014). En este caso, Mateos-Pérez considera telerrealidad “al programa emitido por televisión que se basa en mostrar una o más historias de personas reales, anónimas o populares”, mientras que Bienvenido León se acerca al impacto social que genera y recoge en su definición que “es un fenómeno televisivo que ha transformado profundamente el medio. Pero si su influencia ha ido incluso más allá, ya que para muchos ha llegado a convertirse en un referente de los valores sociales y probablemente haya influido en el comportamiento de muchas personas en todo el mundo”. Por su parte, Mateos-Pérez, recalca que “la telerrealidad es ficticia, puesto que todos los elementos que forman parte del programa están manipulados mediante herramientas televisivas con el objeto de conseguir un efecto concreto”, a diferencia de Cáceres Zapatero, que señala que “su principal característica es que parten de la realidad, de la mano principalmente de sujetos anónimos, pero con un tratamiento basado en la espectacularización que los aleja de ella y los convierte en una construcción social y mediática no exenta de valores e ideología. A partir de hechos reales, se construye un relato, verbal e icónico, con un alto grado de espectacularización”. Es la espectacularización el punto en el que coinciden diversos autores, ya que “la televisión se inmiscuye en la faceta más personal del individuo con el objetivo de convertir esa intimidad en un espectáculo de masas” (Mateos-Pérez, 2011).

“Una primera aproximación conduce a los elementos de espectacularización: las disputas, los enfrentamientos, la amistad, la complicidad, los romances, las alianzas, las enemistades; es decir aquellos elementos susceptibles de atraer a la audiencia porque movilizan actitudes y emociones en las que el sujeto se siente siempre concernido, toda vez que forman parte de los sentimientos que comúnmente suele considerarse que conforman la "naturaleza humana". Se presentan situaciones en las que el espectador fácilmente puede sentirse implicado, identificado con los personajes, tomar partido, porque se trata de situaciones cotidianas, a las que nadie escapa porque forman parte de la experiencia vital de todo sujeto en mayor o en menor medida”. (Cáceres, 2001).

En la década de los noventa, los concursos, talk shows o programas de sucesos que ocupaban parte de la parrilla televisiva, entre ellos, Mateos-Pérez, apunta que *La Máquina de La Verdad*, programa de televisión que tuvo su primera emisión en 1992 en Telecinco, “fue señalado como la primera generación de la telerrealidad española de los años noventa, aunque funcionaba hibridado con el talk show grabado en falso directo”. Este formato en el que la finalidad era determinar a través del polígrafo, un elemento que llegaría para quedarse en televisión a pesar de su escasa fiabilidad, si el invitado decía o no la verdad sobre sus vivencias, “fue precursor en España de un modelo de televisión sensacionalista que proponía el morbo, discusión y polémica recurriendo a la vida privada de personajes populares y a temas controvertidos asociados a los sucesos, los delitos y la crónica social” (Mateos-Pérez, 2020). Así, mediante la exposición de personajes con relevancia pública que acudían al estudio debido a la polémica en la que estaban envueltos, la audiencia pasó a convertirse en jueces que determinaban la opinión pública acerca de los debates que tenían lugar. De la misma forma, *La máquina de la verdad*, según Javier Mateos-Pérez, “inauguró la tendencia de pagar regularmente dinero a rostros populares para que mostraran su intimidad, que se reservaba la función de entretenerse entre disputas e intimidades y ejerciendo como jurado en un pseudojuicio televisado”. Tras su desaparición de la parrilla en 1994, *La Máquina de La Verdad*, fue un formato a imitar por el resto de cadenas privadas que comenzaron a competir por los índices de audiencia. En años posteriores, programas como *A tu Lado* y *Enemigos Íntimos* hicieron uso del polígrafo para aumentar así el interés en las tramas de la prensa rosa, incluso actualmente *Sábado Deluxe* recurre a la polígrafista Conchita Pérez para conocer si sus invitados cuentan la verdad.

El hipergénero que constituye la telerrealidad se encuentra en auge ya que otorga importantes datos de audiencia a las cadenas de televisión. Mateos-Pérez destaca que “se trata de programas híbridos que se programan de una manera sencilla y dúctil en las parrillas con capacidad de adaptarse a distintos segmentos horarios. Porque priman los sentimientos y lo irracional y visibilizan tabúes, lo íntimo, lo personal, lo secreto”. Así se consolidó “el modelo de programación comercial basado en la primacía del entretenimiento, que se había ido conformando durante los años anteriores” (Mateos-Pérez, 2011).



Bienvenido León, reconoce que “no existe un consenso sobre el origen de la telerrealidad” pero “sí se coincide en señalar la aparición de los grandes reality shows como Gran Hermano o Supervivientes entre 1999 y 2001 como el momento en el que el término se hizo popular”. El mismo autor, recuerda que “desde que la realidad se ha convertido en espectáculo, todo referente tiene cabida en el ámbito de la televisión. Las pantallas se han abierto a contenidos que antes dudosamente hubieran tenido cabida en la televisión generalista por escabrosos o sensacionalistas y que hoy constituyen la línea predominante” en la que el espectador pasa a ser el protagonista del programa, “ya que la telerrealidad promueve esta participación entre los espectadores al conferir una función terapéutica para el protagonista que narra sus experiencias y también para el televidente que se identifique con ellas” (Mateos-Pérez, 2011). La llegada de formatos como Gran Hermano, “no solo supuso un gran éxito de audiencia, sino que marcó profundamente el funcionamiento de los realities en España, que deben ser en directo, incluir convivencia, tener galas semanales y resúmenes diarios e incorporar la participación del espectador” (Oliva Rota, 2014). Con el paso del tiempo, los programas de telerrealidad se han vuelto más individualizados y específicos, apelando a una audiencia más acotada y específica. “Los televidentes seleccionan los programas en relación a intereses personales en torno a la empatía producida ante situaciones, sentimientos y comportamientos de los participantes” (Perales Bazo, 2011):

“La vida personal es exhibida y re-creada en sus más mínimos detalles bajo formatos diversos, resultados de la hibridación de géneros que caracteriza la Neo-televisión (Eco, 1986), que continuamente se reinventan a sí mismos para combatir el factor desgaste. Ya se trate de la privacidad en forma de historias de vida (talk shows), de la intimidad por entregas (a modo de docushow en todas sus derivas: tele-encierro, talent, formato coach, concurso reality) o de reality shows propiamente dichos, las vidas ajenas televisadas comparten una característica común cuando pasan por el filtro de las pantallas de la televisión y es que son sometidas a un proceso de re-creación que las convierte en un espectáculo mediático” (Cáceres, 2010).

Como parte del desarrollo del género, estos programas evolucionaron hacia temas y personajes cada vez más polémicos y estrambóticos. “Comenzaron a incluir en sus espacios testimonios de protagonistas que eran populares y que gozaban de mayor

notoriedad pública al ser conocidos por la audiencia” (Mateos-Pérez, 2011). Entre ellos, “personajes del espectáculo, actores, deportistas, toreros y un largo etcétera se han aprovechado y se aprovechan de este tipo de espacios televisivos como plataforma publicitaria para convertirse en personaje de actualidad” (Perales Bazo, 2011). Las intervenciones de los invitados, según Mateos-Pérez, “a pesar de estar relativamente controladas por el equipo del programa, contenían dosis de improvisación y de azar. Esta variante provocaba expectación entre la audiencia puesto que siempre desconocía cómo iba a desarrollarse la acción del programa”. “Los realizadores planifican de tal modo que muestran descaradamente el artificio con el seguimiento de un personaje más allá del plató, entre bambalinas, en los pasillos de la cadena e incluso en las zonas privativas del edificio. Existe una evidencia por borrar toda intención de puesta en escena” (Perales Bazo, 2011). Incluso contribuyen los efectos especiales, el decorado del foro, las reconstrucciones grabadas o la posproducción. También “los invitados participan de esta situación al adecuarse al espectáculo mediante el maquillaje” (Mateos-Pérez, 2011). El hecho de que la realidad se haya convertido en espectáculo (Cáceres, 2001):

Ha mostrado hechos y situaciones que no pueden calificarse estrictamente de reales puesto que carecen de entidad al margen del medio, pero tampoco pueden englobarse dentro de ámbito de la ficción porque son reales y están protagonizados por personas que existen en la vida real. Son acontecimientos meramente mediáticos, pero con apariencia de realidad porque son verdad y están protagonizados por sujetos comunes. A este "efecto verdad" contribuye poderosamente la utilización del "riguroso" directo. El espectador contempla, en tiempo real, lo que está sucediendo en cada momento. La verdad del directo enmascara lo que el programa tiene de "construcción". (Cáceres, 2001).

En este caso, actualmente Sálvame recoge lo comentado por Pérez Bazo y Mateos-Pérez, ya que en su plató se hace más evidente la manipulación de la iluminación para crear sensacionalismo. “Cuando la cámara sale fuera de sala, la luz es natural, puesto que no hay focos. Lo que por sí mismo dice que lo que en ese espacio ocurre es “más real” (Barradas Arteaga, 2017) y de la misma forma, la realización es un cómplice más que entiende el programa y al público. “Si un invitado se pone a comer, realización lo muestra. Si un tertuliano se duerme, realización lo enseña. Así se construye una fuerte fidelidad

con la audiencia” (Terán, 2020). Una fidelidad que se refuerza mediante la serialidad de estos formatos:

“Ésta es una de las razones de que estos espacios se conviertan en tema de conversación para el auditorio y para otros programas de televisión que se retroalimentan con ellos. Los contenidos se vierten desde la televisión y alcanzan así a la opinión pública. Tanto se habla de ello, en la calle y en la prensa, que casi es obligado verlo” (Mateos-Pérez, 2011).

Por ejemplo, Telecinco, en los últimos años, “ha basado la programación de cada temporada en un gran reality game show, que sigue el modelo de Gran Hermano y que extiende sus contenidos a lo largo de toda la parrilla” (Oliva Rota, 2013). Una estrategia en la que hacen uso de lo que se denomina killer format, “contenidos que se caracterizan por actuar a modo de motor de la programación garantizando la fidelidad de la audiencia y creando marca en torno al acontecimiento televisivo” (Guerrero Pérez, 2010).

### 2.3. La prensa del corazón en televisión.

Desde hace más de dos décadas, con el nacimiento de las cadenas privadas en España en los 90, la prensa del corazón comenzó a cobrar protagonismo en la pequeña pantalla. Un género que Mercado-Saéz considera parte de la neotelevisión que irrumpió en el país en 1993, “cuestionado desde posiciones políticas, empresariales y por supuesto desde la propia opinión pública” (Pérez Curiel, 2002). Esos orígenes del periodismo rosa se encuentran en la prensa escrita y “se remontan a principios del siglo pasado, cuando en los años veinte comenzaron a salir a la luz las primeras informaciones de carácter social y cultural destinadas meramente a la mujer” (Soto Vidal, 2005), en las que se ofrecía “una imagen positiva y respetuosa de los personajes retratados y se dedican a desvelar detalles de su vida privada que pueden ser felices o tristes, siempre desde la reverencia” (Pecourt, 2010). En su escrito, *Televisión rosa: amarillismo y telebasura*, Laura Soto Vidal, retrata el tacto con el que la prensa abordaba las noticias de los personajes que suscitaban interés:

“Aquellas primeras revistas especializadas, véase ¡Hola!, Lecturas, Semana y Diez Minutos nacieron con la intención de mostrar un universo de lujo y fantasía, ofreciendo reportajes de corte amable como bodas, bautizos, reuniones familiares,

fiestas, moda... y todo ello aderezado con un tono ligero, afable y educado, acompañado de imágenes de gran gusto” (Soto Vidal, 2005).

En estas revistas semanales, a pesar de encontrarse el origen de lo que hoy en día se conoce como prensa del corazón, “los tintes con los que se presentan son considerablemente distintos” (Pérez Curiel, 2002), ya que las publicaciones se vieron obligadas a hacer frente a una “situación propiciada por los dos pesos pesados en el arte de la difusión del siglo XXI: Internet y la televisión” (Soto Vidal, 2005). Es por ello que, en la actualidad, las revistas “a pesar de seguir ocupando un puesto de interés y un elevado número de venta de ejemplares, han sucumbido al poder de la imagen” (Pérez Curiel, 2002).

En lo que al público objetivo de la prensa rosa respecta, en un principio, los contenidos “iban dirigidos a una audiencia muy determinada: mujeres, de media edad, con nivel cultural medio bajo, ansiosas de encontrar en estas noticias un escape a sus vidas, ligadas en exclusiva al cuidado del marido y los hijos” (Pérez Curiel, 2002). No obstante, por su especialidad en captar audiencias, cuenta con una variedad de géneros y edades, desde su llegada a televisión, ya que está comprobado científicamente “que los espectadores que ven estos programas son de la más variada índole social, que incluso el número de población masculina desbanca a las mujeres, tradicionalmente fieles seguidoras de la prensa y la televisión rosa” (Pérez Curiel, 2002).

Esos comienzos en televisión estuvieron marcados por el estreno de programas como *Bla, bla, bla* de TVE en 1981 (Telléz de Meneses, 2017) o *Corazón, corazón*, que fue “el primer programa semanal especializado en actualidad del corazón en la etapa de la Neotelevisión en España. Presentado y dirigido por Cristina García Ramos, se estrenaba el domingo 4 de julio de 1993 en La 1 de TVE” (Mercado-Sáez, 2020). En cuanto a los temas que trata *Corazón*, *Corazón* actualmente, de la mano de Anne Igartiburu como hilo conductor del programa, Luis M. Romero-Rodríguez, Patricia De Casas Moreno y Ángel Torres Toukoumidis presentan en su análisis Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE, que:

“La mayoría de los personajes o famosos que intervienen en este programa son de clase social alta, aunque la clase social media también predomina en un alto rango. La posición social se establece a través de la profesión que desempeñen.

El grupo de los meritócratas tiene un papel afanoso en estas producciones. La realeza y la aristocracia son escasas en las piezas seleccionadas, mientras que los famosos por relación ocupan un segundo puesto en el ranking de las profesiones” (Romero-Rodríguez, L. M., De Casas Moreno, P. y Torres Toukounidis, A. 2015).

Ya en los años noventa “empiezan a observarse cambios en la composición de la clase célebre y se produce el paso de la cultura del glamour a la cultura trash” (Pecourt, 2010). De la prensa del corazón que reforzaba los estereotipos de la mujer en el perfil sociodemográfico como “generadoras del glamour, historias románticas, moda o recientes progenitoras” (Romero-Rodríguez, L. M., De Casas Moreno, P. y Torres Toukounidis, A. 2015), se produjo el salto al humor de la mano de Belinda Washington y Chapis en ¡Qué Me Dices! con su estreno en Telecinco en 1995, un programa que alcanzó el 30% de share hasta “hacer sombra a los informativos de TVE y Antena 3 y marcó el auge de las noticias del corazón en televisión y al mismo tiempo cambió este tipo de periodismo con su estilo desenfadado: comentarios mordaces y persecuciones en el aeropuerto” (Mercado Sáez, 1999).

Sin embargo, fue Tómbola el programa que marcó “un antes y un después en el corazón” (Campillo, 2018) tras su llegada en 1997 a la televisión autonómica valenciana presentado por Ximo Rovira, cuando desató “fuertes polémicas por la agresividad y falta de sutileza de sus contenidos, convirtiéndose en uno de los programas más criticados” (Mercado Sáez, 1999). Tómbola logró incorporar “el talk show a la crónica rosa adaptándolo a las peculiaridades de este tipo de contenido e inspiró programas similares en las cadenas privadas dentro del espectáculo de la realidad o infoshow” (Mercado Sáez, 2020), Así alcanzó un éxito que autores como Juan Pecourt achacó a su capacidad de imponer un efecto de realidad y a la forma de producción sensacionalista ya que se trataba de “productos de entretenimiento que apelan a las emociones y sensaciones del espectador, centrándose en la vida privada” cuyo interés se centra en celebridades. Además, cabe destacar que el programa “se convirtió en palanca de cambio para la subversión de la concepción tradicional de la fama, impulsando una forma inédita de éxito social y visibilidad pública basada en la aleatoriedad, la instantaneidad y la fugacidad” (Pecourt, 2010) y abrió así paso a un nuevo concepto de famoso:

“El personaje efímero, que es objeto de atención por alguna circunstancia especial, el personaje esporádico, al que sólo se persigue de vez en cuando o el personaje asiduo, que haga lo que haga o diga lo que diga siempre es objeto de atención por parte de la prensa rosa, son las figuras del corazón claves en estas informaciones. En su persecución diaria o alterna juegan los intereses del propio personaje y de los medios de comunicación en cuestión” (Perez Curiel, 2002).

Estos nuevos personajes de la prensa rosa “sin oficio conocido que saltan al gran circo mediático (Mercado Sáez, 1999) alcanzan un mundo, inaccesible anteriormente, “abierto a todo aquel que muestre el suficiente arrojo para exponerse, sin ningún límite ni pudor, a los ojos expectantes de la audiencia” (Pecourt, 2010). Este cambio se refuerza con el nacimiento de programas como el late night presentado por Pepe Navarro, Esta noche cruzamos el Mississippi, y su sustituto, Crónicas Marcianas, nuevos formatos en los que comentan “divorcios, infidelidades, rivalidades entre clanes familiares de postín o entre miembros incluso de una misma familia, secretos inconfesables, intentos de suicidio, malos tratos y, por encima de todo, la muerte” (Soto Vidal, 2005). Ambos alcanzaron el éxito, que en el caso del programa presentado por Javier Sardà en Telecinco, fue clave la colaboración de famosos que alcanzaban relevancia pública a través de realities y “su retroalimentación con los programas de la propia cadena e, incluso, con los de la competencia. Javier Sardà y su equipo aprovechaban el “tirón” de Gran Hermano mediante debates sobre el programa y entrevistas con los concursantes y sus familiares” (Ortiz Navarro, 2018). Estos formatos con un seguimiento masivo y “sin respeto a la intimidad y con unos códigos deontológicos que brillan por su ausencia, pone en evidencia por dónde caminan los intereses de una audiencia que es la que en última instancia pulsa el botón y selecciona” (Pérez Curiel, 2002).

Con la irrupción del magacín A tu lado en 2002, presentado por Emma García y Aquí hay Tomate en 2003, presentado por Carmen Alcayde y Jorge Javier Vázquez en la sobremesa de Telecinco. Un programa que a diferencia de ¡Qué me dices!, optó por un tono más agresivo y desenfadado. “El formato comenzó tratando la actualidad política, social y cultural en clave de humor, pero al poco tiempo se fue dedicando completamente a la crónica rosa, con una alta dosis de espectáculo mediante el guión de los presentadores y una sucesión de provocativos reportajes” (Ortiz Navarro, 2018) con lo que reinventó el género:

“adaptándose a la situación: el agotamiento de la fórmula que había sido explotada hasta la saciedad durante más de quince años. No había famosos a los que entrevistar ni suficientes historias que contar. Algunos de los periodistas del corazón que como tales ejercían en los programas pioneros se convierten en personajes que protagonizan sus propias tramas y comentan intimidades de los nuevos famosos creados por el propio programa en su análisis diario de los reality de la casa” (Mercado-Sáez, 2020).

A lo largo de la historia, “se han emitido en las cadenas españolas decenas de programas especializados en información del corazón” (Mercado-Saéz, 2020), e “independientemente de los programas de información exclusiva, se puede detectar un enorme empuje de las noticias del corazón dentro de programas clasificados como informativos, deportivos, tertulias, magazines, musicales, concursos, debates... En estos casos, se abre una sección especial para tratar la prensa del corazón” (Pérez Curiel, 2002) como ocurrió en el programa Día a día, que se convirtió en un referente a través de su tertulia política y secciones como “El corrillo que trataba temas del corazón al que se incorporaron, con la llegada de Gran Hermano, las tertulias sobre los realities de la cadena” (Ortiz Navarro, 2018), una fórmula que se puede ver en El Programa de Ana Rosa que mezcla corazón y actualidad (Campillo, 2018). Por su parte, Concha Pérez Curiel advierte en La actualidad informativa del “corazón” desde la especialización periodística: El periodismo rosa de Contraportada (Canal Sur Televisión) que en estos magazines:

“Sería interesante plantear, desde la ética y la deontología, el ataque sin control hacia las nuevas caras de la noticia, esos famosos de quita y pon, a los que se entrevista, con sarna, ironía y sarcasmo. Son expertos en “descubrir las miserias” de las caras que hoy protagonizan las páginas de la prensa rosa, una prensa alejada de sus verdaderos orígenes” (Pérez Curiel, 2002).

En lo que a prime time se refiere, Telecinco acogió Salsa Rosa, un formato líder de los sábados presentado por Santi Acosta “en el que personajes de la crónica rosa eran entrevistados por una serie de colaboradores y se analizaba lo más destacado de la semana” (Ortiz Navarro, 2018). Un año más tarde, Antena 3 daba luz verde a ¿Dónde estás corazón? (Campillo, 2018) hasta 2011, año en el que puso fin ya que “no pudo hacer frente a Sálvame Deluxe, colocado en su misma franja los viernes (en marzo de 2017

pasó al sábado noche, donde es líder de audiencia en solitario como Sábado Deluxe)” (Mercado-Sáez, 2020). Versión nocturna derivada del programa diario de Telecinco, Sálvame, que aterrizó en 2009 después de “un año en el que la cadena no encontraba su formato definitivo para las sobremesas tras el fin de ¡Aquí hay tomate! y encontraron la solución al problema con el mismo presentador” (Ortiz Navarro, 2018).

Un programa que, en su origen, comenzó como “un debate de Supervivientes que recreaba el estilo de Tómbola” (Campillo, 2018) hasta que se convirtió en un éxito rotundo, de cuatro horas, en el que “las noticias y exclusivas van surgiendo espontáneamente” como elemento innovador (Téllez de Meneses, 2017). En el programa, “un grupo de tertulianos debaten y comentan asuntos “del corazón” y de la vida de los propios colaboradores desde un estilo agresivo y muy informal” (Ortiz Navarro, 2018). A través de este formato, Mediaset ha creado un fenómeno que consiste en “tener programas a diario en la parrilla que se retroalimentan entre sí de los mismos personajes e historias dando una continuidad” para fortalecer la audiencia y generar interés (Téllez de Meneses, 2017).

En ese propósito de evadirse de la realidad al que acude la audiencia, “es muy posible que la banalidad de los hechos que en el periodismo rosa se cuentan sea lo que verdaderamente capte la atención de una audiencia mayoritaria” (Soto Vidal, 2005). Estos programas, ven peligrar su situación a causa del intrusismo que vive la profesión y el escaso rigor con el que se trabaja tras apostar por alejarse de su origen y ofrecer “la vida de gente que salta a la fama sin que se pueda averiguar cuál es la loable acción que le ha llevado a ello, que inventan historias y culebrones cada día y que cobran succulentas cantidades de dinero” (Pérez Curiel, 2002).

La situación actual de la prensa del corazón se puede ver reflejada en el análisis que realizó Concha Perez Curiel, en el cual afirma que:

“El modelo de prensa rosa que hoy impera ha roto el pacto de una información bien tratada, sujeta a un proceso de selección de temas, fuentes y géneros, en el que la figura del periodista especializado se centra en informar, formar y entretener. Hoy, es una prensa abanderada por el morbo, el placer de hurgar en las vidas íntimas de los ciudadanos, a veces con consentimiento y en otros casos sin



él, que cae en el sensacionalismo y reproduce una y otra vez, historias, que tienen una audiencia fija y cada vez más amplia” (Pérez Curiel, 2002).

#### 2.4. Mercantilización de la vida personal en televisión.

Aun en la actualidad, sigue presente la mercantilización de los sentimientos en la “cultura televisiva en la que estamos inmersos” (Soto, 2005). Desde que se antepusieran “los objetivos de tal mercantilismo” (Lamuedra, 2007), por medio de “la búsqueda de la rentabilidad del producto televisivo, de lo que deriva un tratamiento de la información de actualidad como mercancía y no como un derecho fundamental del ciudadano” (Redondo & Campos-Domínguez, 2015), la intensificación del mercantilismo en géneros como la prensa del corazón ha podido resultar perjudicial. Esto es debido a que, en un principio, se consideraba un género periodístico más, “sujeto a ideales como la imparcialidad y la independencia que, aunque sean discutibles, formaban parte de un proyecto humanístico de mejora de la sociedad” (Lamuedra, 2007).

Lejos de ello, se han visto cuestionados los principios éticos como “la función social del periodismo y su responsabilidad en la construcción de la agenda pública, la verdad informativa y la independencia del periodismo respecto del utilitarismo mercantilista” (Redondo & Campos-Domínguez, 2015). Esto ha sucedido “sin miramientos de ningún tipo hacia un deber ético y moral, sin juicios morales, marcando la impronta en el beneficio de la empresa por encima de todo y de todos olvidando, por tanto, su función social primera para caer en el puro mercantilismo. (Soto, 2005)

Así, ha tenido lugar “una cierta tendencia a la mercantilización de los individuos que consiste en hablar de ellos como objetos de consumo” (Gómez Pascual, 2021).

Especialmente, se ha visto reflejada la falta de ética en la prensa rosa que ha continuado por una senda dirigida “hacia historias y personajes que favorecen el más puro espectáculo y que, a su vez, han ayudado a que dudosas, equívocas y discutibles pautas de conducta se instauren y se asienten en la profesión como algo normal y habitual” (Soto, 2005).

Además, desde el estallido de la telebasura, “se ha puesto de manifiesto la mercantilización de sentimientos que se está ejerciendo en la cultura televisiva actual basada en el contenido ‘light’, la banalidad y el beneficio rápido, sin ningún tipo de deber ni obligación moral” (Úcar & Castro, 2018). La razón está en que los famosos se construyen como una figura “con el objetivo principal de “ser vista” tanto en su dimensión pública como en su dimensión privada” (Gómez Pascual, 2021). Es por ello que, según Soto Vidal, el ciudadano de a pie quiere gozar de:

“Los mismos privilegios mediáticos de los que disponen otros seres algo más afortunados, anhelando el placer de hacerse ver, de crear polémica en torno a sí mismo, buscando el confort y el bienestar económico con su intrusión en un mundillo en el que el dinero es fácil de conseguir, aun a costa del honor, la intimidad y la imagen de otras personas” (Soto, 2005).

Esta mercantilización a la que se hace referencia, se encuentra a la orden del día en nuestro país, donde “interpretar acerca de la vida íntima de terceros es más constante y contundente, por la dificultad de ponerse en el pellejo de otros, y porque existe la idea de que el radio de acción de la ética privada no tiene porque alcanzar la vida pública y laboral de una persona” (Lamuedra, 2005). Esto se debe según Soto Vidal a que nos encontramos inmersos en una sociedad mercantilista, en la que “olvidamos que los productos con los que trabajamos son personas y muchas de las que entran en el juego de los medios no terminan por asimilar su éxito repentino, cayendo en un pozo sin fondo”. (Soto, 2005)

Precisamente la vulneración de los derechos de derechos fundamentales, se ha visto reflejada a cambio de una contraprestación económica y la mercantilización de la intimidad, en programas como *Sálvame*, que “después del éxito inesperado para todos de lo que supone provocar ciertos enfrentamientos y encontronazos en un plató de televisión” (Soto, 2005):

“Amplió los límites de la telerrealidad desde el surrealismo, en su sentido de provocación y de exploración de nuevas formas de presentar la intimidad en televisión. En el programa, diario y de 4 horas de emisión, no sólo se ampliaron las formas de cómo estar en un plató, sino que cada programa se convertía en un capítulo de una serie de ficción improvisada. Los propios tertulianos trabajaban

con el material habitual de la crónica rosa (comentarios e historias de los famosos), pero también autogeneraban gran parte del contenido convirtiéndose en un pequeño reality con discusiones, enfados, gritos, reconciliaciones, enemistades permanentes o fugaces. Entre todo lo cual, necesariamente, surgía su vida personal como material del talk show. Nunca hasta este momento el género había estado tan cerca de las series o los culebrones” (Cabeza & Casado, 2020).

### 3. Metodología.

#### 3.1. Muestra.

La muestra elegida para llevar a cabo el análisis sobre el programa Sálvame, incluye los siguientes programas:

- 26/05/2020. Sálvame Limón y Sálvame Naranja. “Lydia Lozano se rompe”.
- 23/06/2020. Sálvame Limón y Sálvame Naranja. “El reencuentro más esperado entre Jorge Javier y Belén Esteban”.
- 16/03/2021. Sálvame Limón, Sálvame Naranja y Sálvame Tomate. “La mayor mentira de la historia del corazón”.
- 14/05/2021. Sálvame Limón y Sálvame Naranja. “El castigo a Rafa y Anabel por su mal comportamiento”.

#### 3.2. Categorías de análisis.

Para realizar el análisis del presente trabajo de investigación, se han escogido las siguientes categorías de análisis:

1. Espectacularización del contenido: a través del uso de elementos para captar al espectador con los que situaciones con los que “puede sentirse implicado, identificado con los personajes, tomar partido, porque se trata de situaciones cotidianas, a las que nadie escapa porque forman parte de la experiencia vital de todo sujeto en mayor o en menor medida” (Cáceres, 2001).
2. Mercantilización de la vida de los colaboradores: debido a una falta de ética y moral, se ha antepuesto “el beneficio de la empresa por encima de todo y de todos olvidando, por tanto, su función social primera para caer en el puro mercantilismo” (Soto, 2005).
3. Explotación de la vulnerabilidad de los colaboradores: la búsqueda de contenido, que pueda resultar rentable, en los trabajadores mediante la exposición de conflictos emocionales e íntimos y el sometimiento a situaciones límite.

4. Polarización de las posiciones políticas: dada la repercusión social de estos contenidos, el mensaje que se traslada a la audiencia forja ideas previamente concebidas en el receptor.

### 3.3. Método de análisis.

En primer lugar, tras la elaboración de un marco teórico que sirve para conocer la evolución que ha tenido la televisión y lo que supuso la llegada de nuevos formatos junto a la irrupción las cadenas privadas, se determinará la influencia que ha podido tener en la forma de hacer televisión que se aplica actualmente.

Posteriormente, en un contexto de la investigación en el que se describirá *Sálvame*, programa a analizar. Concretamente, nos centraremos en su versión diaria que incluye *Sálvame Limón* y *Sálvame Naranja*, de la que se recogerán datos como la audiencia que ha cosechado a lo largo del tiempo, los presentadores y colaboradores que desempeñan su trabajo en el programa, el género en el que se incluye este formato y la seña de identidad por la que se distingue del resto de programas similares que se emitieron con anterioridad.

Una vez expuesto lo anterior, se procederá al visionado de la muestra seleccionada, que consta de la selección de programas obtenidos de *Mitele*, plataforma de *Mediaset España*, que serán la base del análisis a realizar. Estos son:

- Programa 1: 16/03/2021. “La gran mentira del corazón”.
- Programa 2: 26/05/2020. “Lydia Lozano se rompe”.
- Programa 3: 14/05/2021. “El castigo a Rafa y Anabel por su mal comportamiento”.
- Programa 4: 23/06/2020. “El reencuentro más esperado entre Jorge Javier y Belén Esteban”.

La selección de estas emisiones del programa se debe principalmente a que todas ellas están conectadas por un elemento común y visible en cada una de las muestras: la espectacularización de su contenido en diferentes aspectos.

En este caso, se realizará un análisis de contenido descriptivo y explorativo, ilustrado con imágenes, que nos servirá para conocer, en el caso del Programa 1, cómo intenta captar *Sálvame* la atención del espectador. En el Programa 2 y 3, se reflejará cómo aplican esa espectacularización a la mercantilización de la vida de los colaboradores. Y, por último, el Programa 4, nos llevará a advertir qué efecto tiene la espectacularización en el público, en este caso, mediante las posiciones políticas de los colaboradores.

Además, tanto el contexto de la investigación como el análisis de contenido se complementará con artículos que puedan ser de ayuda y, principalmente, con declaraciones obtenidas por las entrevistas realizadas a periodistas que en sus escritos han abordado los puntos a examinar en este trabajo de investigación. Ellas son:

- Ángeles Caballero. Periodista de *El Confidencial* y *Onda Cero*. Colaboradora habitual de *Al Rojo Vivo*.
- Diana Aller. Periodista. Guionista en programas de telerrealidad y Ex redactora de *Sálvame*.
- Sara Riveiro. Periodista. Autora del artículo *Los ricos también lloran*, en el que trata la explotación laboral que ejerce *Sálvame* sobre sus colaboradores.

#### 4. Descripción del programa a analizar.

##### 4.1. Audiencias y estructura del programa.

Con la emisión de *Supervivientes* en el año 2009, Telecinco en colaboración con la productora La Fábrica de la Tele, apostó por un *late night* desenfrenado que “se iba a llamar *Sobreviviré*, pero por un problema de derechos de la canción de Mónica Naranjo, no se pudo llamar *Sobreviviré*” (Aller, 2021) y obtuvo un 25,8% y 976.000 espectadores en su primera entrega el 19 de marzo tras la gala del reality. El buen rendimiento de *Sálvame* en la franja nocturna supuso el salto a las tardes de la cadena el 27 de abril del mismo año con una acogida del 13.4% y 1.560.000 espectadores, tras el fracaso de *Guerra de Sesos*, por lo que la duración del mismo se alargó hasta 4 horas “para tener la franja horaria de la sobremesa cubierta con gente comentando *Supervivientes*” (Aller, 2021). También el 7 de agosto de 2009 se optó por una versión nocturna para prime time denominada *Sálvame Deluxe*, que se convertiría en el mayor rival de *¿Dónde Estás Corazón?* en Antena 3, tras cosechar un 16.1% y 1.582.000 de espectadores en su primer día enfrentados hasta posicionarse muy por encima y provocar la cancelación del contrario.

A lo largo de las temporadas, el formato se ha convertido en una de las principales bazas de Mediaset España para lograr el liderazgo de su cadena principal. En 2014, el grupo audiovisual fue advertido por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que reclamaba:

“Una correcta adecuación de la calificación por edades de los contenidos del programa “*Sálvame* diario” y que, a su vez, asegure que la emisión de estos contenidos se adecúe a las franjas de protección establecidas tanto en el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia como en la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA, art.7)” (CNMC, 2014).

En este caso, “la presentación explícita y sin solución positiva o no criticada de graves conflictos emocionales; actitudes intolerantes, racistas, sexistas y violentas; escenas de angustia y lenguaje soez” (CNMC, 2014), fueron motivo de la exigencia para una rectificación en el enfoque del programa. Para hacer frente, se arrancó una campaña bajo

el hashtag #YoVeoSálvame en redes sociales, que fue “*trending topic* en seis jornadas diferentes, uno de los días durante 15 horas y más de 103.000 comentarios mayoritariamente en apoyo al programa” (Drago, 2014). Además, para adecuar la calificación por edades, se recurrió a la fragmentación del programa. Por un lado, Sálvame Limón, en la franja de 16:00h a 17:00h, no recomendado para mayores de 12 años. Y, por otro lado, Sálvame Naranja, emitido de 17:00h a 20:00h, no recomendado para mayores de 7 años. Así, han fortalecido un modelo de programación fundamental para consolidar el éxito del formato.

Ese éxito, según la Real Academia Española, “resultado feliz de un negocio, actuación, etc.” O “buena aceptación que tiene alguien o algo”, es tal que el 27 de abril de 2021, tras 12 años en emisión, *Sálvame limón* alcanzó un 14,5% y 1.708.000 espectadores, mientras que *Sálvame naranja* recogió un 17,8% y 1.811.000 espectadores, lo que significa un aumento y estabilidad en sus datos respecto a su estreno. Se mantiene así por encima de su competencia directa en *Antena 3* en la que, ese mismo día, *Amar es para siempre* obtuvo 1.227.000 espectadores y 11,2% de share, *¡Ahora Caigo!* 1.101.000 espectadores y 11,3% y *¡Boom!* 1.510.000 espectadores y 14,9% de share. Además, según Barlovento Comunicación, en abril cosechó una media del 13% y 922.548 tweets en audiencia social, de la que recogen más de 1,5 millones de seguidores en las redes sociales del programa.

Es por ello que desde su inicio se ha depositado confianza en la creación de nuevas versiones, que tuvieron lugar esporádicamente, como *Las Bodas de Sálvame* (2013), *Sálvame Fashion Week* (2015-2016), *Sálvame Snow Week* (2016), *Sálvame Okupa* (2019) o *La Última Cena* (2020). En ocasiones, se ha alargado la duración del programa en su versión diaria hasta las 21:00 horas con la emisión de *Sálvame Tomate* (2019-2021). Además, en 2021 se incluyó en la parrilla de Telecinco *Domingo Deluxe*, de forma temporal, mientras se emitía a su vez *Sábado Deluxe*, lo que provocó la emisión ininterrumpida de Sálvame, esta vez fines de semana inclusive. Todas ellas cuentan con un nexo común, los colaboradores. Un elemento clave que otorga identidad y fidelidad al programa.

#### 4.2. Presentadores y colaboradores.



En la actualidad, *Sálvame* cuenta con un total de tres presentadores que cogen el testigo alternativamente y asumen la responsabilidad de dirigir el turno de palabra de los colaboradores presentes en el plató. Por un lado, Jorge Javier Vázquez (50), filólogo, actor y presentador desde el inicio del formato, apodado “El dueño del cortijo” por el propio programa. Por otro lado, Paz Padilla (51), actriz, humorista y presentadora que se estrenó en 2009 y Carlota Corredera (46), periodista y ex directora del programa que debutó como presentadora en 2014.

En lo que a colaboradores se refiere, el programa dispone de un grupo de veteranos compuesto por personajes mediáticos como Belén Esteban, Kiko Hernández, Mila Ximénez o Kiko Matamoros, y periodistas de la prensa del corazón como Lydia Lozano, Chelo García-Cortés, María Patiño, Gema López, Gustavo González o Antonio Montero. A su vez, Laura Fa, Marta López, Jesús Manuel Ruiz, Alonso Caparrós, Anabel Pantoja, Victor Sandoval, Rafa Mora, Kiko Jiménez o Miguel Frigenti asisten al programa semanalmente para suplir a los mencionados anteriormente.

Estos colaboradores pueden recogerse en diferentes categorías en relación a su llegada a la televisión por su profesión, por relaciones familiares o profesionales, o por haber participado en concursos televisivos:

- Periodistas o del gremio: Lydia Lozano, Chelo García-Cortés, María Patiño, Gema López, Antonio Montero, Gustavo González, Laura Fa, Jesus Manuel Ruíz, Miguel Frigenti, Victor Sandoval, Alonso Caparrós.
- Famosos por relación: Belén Esteban, Mila Ximénez, Kiko Matamoros, Anabel Pantoja.
- Ex concursantes de telerrealidad: Kiko Hernández, Marta López, Rafa Mora, Kiko Jiménez.

Entre ellos, cada uno adquiere un papel que “va cambiando a medida que el programa ve lo que le interesa” (Riveiro, 2021) y se perciben estratos en función a su veteranía en el formato o la relevancia adquirida. Frente a esto, Ángeles Caballero considera que:

“Los llamados ‘El eje del mal’, que son Mila Ximénez y los dos Kikos (Hernández y Matamoros), podrían ser colaboradores y podrían también ser guionistas del

programa. Se les nota un absoluto dominio del medio, saben cómo funciona el negocio y es como que ni sienten ni padecen. Hay otros que quizás están en una posición más débil porque llevan menos tiempo y son muñecos dominados por un ventrílocuo, que en este caso sería el propio programa. Luego Belén es un caso aparte, porque Belén tiene una categoría en sí misma. Es un elemento absolutamente necesario e imprescindible en ese programa pero que funciona con maquinaria propia” (Ángeles Caballero, periodista).

#### 4.3. Señal de identidad e innovación televisiva.

A pesar de que en su comienzo *Sálvame* nació como un espacio que simplemente recogía los acontecimientos más destacados de *Supervivientes* y *Operación Triunfo*, las noticias de la prensa rosa no tardaron en llegar. No obstante, lejos de ser un programa de corazón al uso, como en su día pudo serlo *Salsa Rosa*, *Sálvame* ha dado el salto creando un nuevo género que según Sara Riveiro abarcaría el “neorrealismo televisivo. Es la televisión del futuro, es la televisión en la que una escaleta se puede cambiar de un segundo a otro” y bien podría caracterizarse por la fusión de *Aquí Hay Tomate* que fue “la escuela de hacer de las deficiencias, sobre todo formales o de realización, una señal de identidad, incluso una virtud” (Aller, 2021) y *Tómbola*, del que “bebe directamente de una herencia muy clara. Mirar en horizontal en lugar de poner en un altar a los famosos, humanizarlos” (Aller, 2021). A diferencia de estos, Ángeles Caballero distingue “su humor cínico, negro y que tiene un punto muy inteligente” y subraya que “es un programa absolutamente político porque se ve la evolución que tiene la sociedad española y refleja la pluralidad política y sexual”. Mientras que Riveiro alaba:

“Son muy buenos generando narrativas. Igual no crean de cero todas las tramas, pero si son expertos en coger un drama real y convertirlo en una historia, y que algo que se podría haber terminado en una conversación fuera de cámaras, se convierta en algo que genera muchísimas emociones y sentimientos porque te involucra a ti” (Sara Riveiro, periodista).

Desde otro ángulo, Aller cuenta que *Sálvame* tiene:

“La capacidad de hacerse a sí mismo, de revisionarse constantemente. Esa capacidad de autoanalizarse y adaptarse a cómo va la sociedad, la cultura o los intereses en ese momento. Es un programa que ha ido evolucionando conforme ha ido cambiando el dibujo de la audiencia y de la actualidad. Esto es una gran ventaja, es una especie de ventaja evolutiva con respecto a otros formatos más estancos que son más cerrados” (Diana Aller, periodista).

Y resalta que:

“La diferencia sustancial que ha hecho *Sálvame* es romper la cuarta pared. Es decir, eso que en teatro hace que se integre el público. El gran distintivo, primero, es la capacidad de retroalimentarse de sí mismo creciendo como va la sociedad líquida por donde encuentra su paso. Pero, por otro, es esa capacidad de enseñar las tripas de la televisión. Lo que hay detrás. No lo bonito, los focos, sino que, si alguien sale del plató pues un operador de cámara con la cámara al hombro, lo tiene que seguir. Y esto de romper esa cuarta pared, de decir esto ni es tan bonito, ni es tan nada. Mostrar al espectador, acercarle a ese mundo y normalizarlo, es una de las grandes aportaciones” (Diana Aller, periodista).

De estos tintes recogidos de programas que marcaron un punto de inflexión en la televisión y la innovación que ha supuesto en el género, *Sálvame* ha logrado la clave para destacar en la pequeña pantalla mediante la figura de sus colaboradores, que bien lo convierte en “un formato reality 100% porque vivimos sus vidas, sus amores, sus quehaceres y se han convertido en protagonistas del formato” (Diana Aller, periodista).

Hoy en día, los temas a tratar en el programa se organizan en función de las tramas familiares de las sagas más relevantes de la prensa del corazón, los realities en emisión de Telecinco y un seguimiento de la actualidad cuando lo requiere la ocasión. Pero la realidad es que lo sucedido en relación a la vida personal e íntima de los colaboradores y las disputas entre los mismos, acaparan todo el protagonismo por el interés que despiertan en la audiencia.

## 5. Análisis.

### 5.1. Espectacularización en *Sálvame*.

La exhibición de lo que ocurre en plató y, lo más importante, fuera de él, originan una conexión indestructible con la audiencia, que se forja mediante las tácticas del programa para retener nuestra atención, tal y como recoge Borja Terán:

“Cada anzuelo se edita con grandes momentos que ya han sucedido del conflicto a tratar. Se escogen imágenes de archivo y se envuelven de grandes músicas, tambores, golpes de ruido y rótulos gigantes que aparecen con vehemencia y que potencia el dramatismo. No se vende nada con palabras, directamente se muestra intensidad. No importa tanto el suspense de su reclamo como romper el ritmo del programa con una grandilocuencia que busca retener la atención del espectador cuando el interés decae. que deben romper su propia rutina del directo con impactos que despierten la atención del público e incidan en que siguen sucediendo cosas” (Terán, 2020).

#### Análisis del Programa 1: “La gran mentira del corazón”.

Estas tácticas se pueden percibir en el programa de *Sálvame* emitido el 16 de marzo de 2021, que lleva por nombre “La mayor mentira de la historia del corazón” y resulta trascendente por la espectacularización realizada con motivo de la emisión en exclusiva del tráiler de la docuserie: *Rocío, contar la verdad para seguir viva*.

Durante la apertura de *Sálvame Limón*, Carlota Corredera está situada en el centro de plató, por delante de los colaboradores, iluminada con luces negras y rojas, suena el tema *Tout l’Univers* de fondo, los presentes en plató se mantienen en silencio durante 43 segundos. Corredera aporta intensidad cuando rompe la escaleta, en la que dice “llevamos trabajando desde las 8 de la mañana en una escaleta, con la que hace 1 hora, hemos tenido que hacer esto”. La presentadora anuncia que “todos hemos sido partícipes de la mayor mentira del corazón y hoy comienza a destruirse”, lo que daría lugar a la docuserie de Rocío Carrasco, *Rocío, contar la verdad para seguir viva*. Y vuelve a recalcar “todos”, con lo que involucra implícitamente al espectador, y explícitamente a los rostros

televisivos que aparecen en la pantalla de plató mediante imágenes de archivo. Incluso obligan a los colaboradores a hacer un “pacto de silencio” y recurren a un hecho insólito el programa, deben dejar sus dispositivos móviles custodiados, para evitar así una filtración de la noticia.



Apertura de *Sálvame* que recurre a la espectacularización de la noticia. Fuente: Mediaset España.

Durante la emisión, aparecen rótulos en mayúsculas, que vuelven a insistir en el acontecimiento, como: “¡ATENCIÓN! LA HISTORIA DEL MUNDO DEL CORAZÓN, TAL COMO NOS LA HAN CONTADO Y LA HEMOS CONTADO HOY SE DESTRUYE ¡LA MAYOR MENTIRA DE LA PRENSA ROSA ENSEGUIDA!”. Este rótulo se mantiene en pantalla durante 1:22 segundos. Cuando desaparece, se incorpora otro seguidamente que se mantiene durante 5:24 segundos y recalca de nuevo: “JAMÁS IMAGINAMOS QUE LO QUE CONOCÍAMOS DE LA INDUSTRIA DEL MUNDO DEL CORAZÓN ERA UNA TREMENDA MENTIRA ¡CAMBIAMOS LA HISTORIA ESTA TARDE!”.

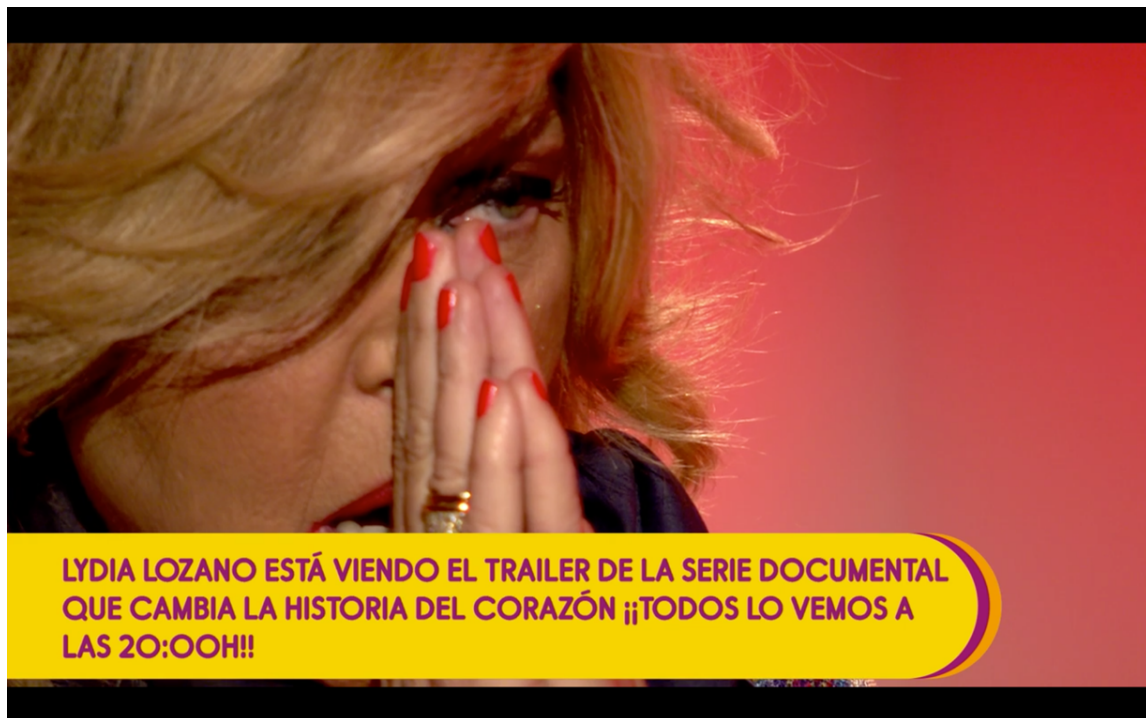
Por otro lado, la realización del programa opta por mostrar al espectador lo que demanda para que se sienta partícipe de la historia a través del uso del primer plano en el que:

“Los rostros llenan la pantalla. En televisión, tanto el plano corto como el primer plano son muy utilizados en las entrevistas en plató, combinando ambos y predominando el primer plano cuando se busca acercar las emociones del entrevistado al espectador, ya que tiene la facultad de introducirnos en la psicología del personaje” (Valentín-Gamazo & Camarero, 2019).

Por ejemplo, cuando Carlota Corredera señala directamente a dos colaboradoras que se verían afectadas por la noticia, Lydia Lozano y Gema López, e inmediatamente realización muestra un primer plano de su rostro para recoger la reacción de ambas.

A lo largo de *Sálvame Naranja*, la parte más larga del programa que consta de una duración total de 2:29:26 segundos, dedican 1:38:44 segundos al paso de los colaboradores por una sala, situada fuera de plató, en la que se les muestra el contenido “que cambia la historia del corazón” y que, hasta el momento, continuará oculta para el público hasta el final del programa. El espectador, mientras tanto, únicamente es testigo de las reacciones de los colaboradores ante lo visto. La cámara capta exclusivamente la cara del colaborador con un primerísimo primer plano que expresa sorpresa ante lo visto, plano que:

“Encuadra al rostro humano desde la barbilla hasta la frente, concentrando la atención en la expresión del rostro. Se utiliza para que el espectador no pase por alto las emociones de la persona encuadrada. Desde el punto de vista narrativo nos puede transmitir información sobre los sentimientos, analiza psicológicamente las situaciones y describe con detenimiento a los personajes” (Valentín-Gamazo & Camarero, 2019).



Comunicación no verbal perceptible en Lydia Lozano, una de las afectadas por la noticia. Fuente: Mediaset España.

Asimismo, durante el tiempo dedicado a este tema, el programa dedica gran protagonismo al silencio del colaborador que visiona el contenido durante, aproximadamente, tres minutos, en los que se hace perceptible la comunicación no verbal, por la que:

“La postura que le individuo adopte en cada proceso comunicativo y periodístico es de suma importancia para el espectador. A través de los símbolos que desarrolle estará dotando a la imagen de un significado u otro. Para todas aquellas personas que observan el desarrollo de una información periodística que se emite a través del medio televisivo, las pautas que proporciona respecto a la riqueza del vocabulario verbal y la proliferación de símbolos no verbales delimitan la categoría del comunicador, así como su clasificación en el ámbito social” (Lázaro, 2019).

Lo expuesto por Lázaro, se pone de manifiesto cuando los colaboradores muestran asombro mediante el resoplo, muecas faciales y gestos corporales que expresan en la sala, mientras que el resto de compañeros comentan y especulan el plató como si de espectadores que dotan de sentido a la imagen se tratase. Una vez fuera de la sala, a posteriori de esa comunicación no verbal, refuerzan su reacción con declaraciones como:

“Estoy superexpectante y llena de curiosidad”, “Se me han removido muchas cosas viéndolo” “Nadie se lo puede imaginar”. Entre las que destaca las afirmaciones hiperbólicas como: “Va a haber un maremoto”, expresada por Carlota Corredera, que llega a asegurarlo hasta en tres ocasiones en un corto periodo de tiempo.

En *Sálvame Tomate*, se desvela el contenido anunciado en la tarde durante los últimos 19:50 segundos. Realización recurre a un primer plano de Antonio David, colaborador presente en plató y antagonista de la historia, motivo por el que es el único colaborador que conoce el contenido en último lugar, incluso después de la audiencia. Este, hace uso del silencio durante 3:11 segundos en los que solo él aparece en pantalla, hasta que la presentadora cierra el programa para mantener la expectación para el día siguiente, en el que la audiencia subirá significativamente por la difusión de la noticia. Y así se vio reflejado en la audiencia del día 17 de marzo de 2021, que tal y como recoge *Fórmula TV*: “La edición naranja de ‘Sálvame’ crece nada menos que +4 puntos hasta anotar un magnífico 22,7%”.

## 5.2. Mercantilización de la vida de los colaboradores.

Como programa de entretenimiento, *Sálvame* ha conseguido mantener a lo largo de sus temporadas la incertidumbre en los televidentes, hasta acogerse cuando es necesario a la improvisación de los trabajadores por la evidente escasez de contenido para más de cuatro horas diarias. De la misma forma, la retroalimentación de contenidos que ejercen en Telecinco resulta de beneficio para *Sálvame*, por ejemplo, cuando un colaborador del espacio acude en calidad de concursante a *Gran Hermano VIP* o *Supervivientes* y logra mantener en la audiencia el interés debido a las críticas que puede recibir de sus compañeros de trabajo en función de su actitud en el concurso, lo que genera enfrentamientos entre ellos.

Por esto, las discusiones se han convertido en un habitual de *Sálvame* como vía para comunicarse, comentar y debatir las diferencias que tienen entre sí los colaboradores del programa, incluso con los directores, de los cuales, uno de ellos se encuentra en plató para indicar al presentador cómo dirigir el programa y los cambios que pueden surgir durante el directo. Así, ha aplicado en su modelo de televisión, la espectacularización de



situaciones críticas por las que hacen pasar a los colaboradores, cuestionables en lo que a ética laboral se refiere.

Con frecuencia, *Sálvame* convierte a los colaboradores en protagonistas de las tardes de Telecinco, como consecuencia de la iconoclasia hacia los trabajadores que desprende el formato, según la entrevistada Sara Riveiro.

“*Sálvame* es que es muy, muy, muy iconoclasta. La gracia de *Sálvame* es constantemente bajar del pedestal a la gente que está por encima de ti, para que tú te sientas mejor y no pienses en que tu vida va a peor y que ellos no se lo merecen. Entonces es eso, es como una forma de torturar un poquito, cariñosamente, para poder lidiar tú con tu vida de mierda que es la vida del espectador, pero al mismo tiempo hay unas autoridades superclaras. En todo programa de televisión hay una autoridad, una figura de dios, en este caso, se nota que hay cosas que no se tocan. Estoy pensando cuando están en directo los regidores más conocidos, David Valldeperas y Alberto Díaz” (Sara Riveiro, Periodista).

Análisis del Programa 2: “Lydia Lozano se rompe”.

En el programa emitido el 26 de mayo de 2020, recogido como “Lydia se rompe” en la plataforma *Mitele*, se hace evidente la vulnerabilidad de la periodista Lydia Lozano ante la audiencia cuando sacan a relucir y convierten en actualidad el *Caso Ylenia*, en el que la colaboradora fue involucrada directamente en el año 2005 por asegurar que la hija desaparecida de Al Bano y Romina Power se mantenía con vida, lo que supuso un bache profesional en la vida de la colaboradora

Esta vez, la apertura de *Sálvame Limón* expone la imagen de la colaboradora dentro una cabina de teléfono presente en plató en la que la tertuliana, a pesar de mostrar descontento y sentir “asco por revivir todo, accede y entra hasta en un total de 4 ocasiones para escuchar “una nueva pista del Caso Ylenia” narrada por la supuesta fuente informativa de la periodista que ella nunca reveló y que *Sálvame*, supuestamente, conocía y revelaría a las 20:30 horas de la tarde.



Apertura de *Sálvame* con Lydia Lozano. Fuente: Mediaset España.

De nuevo, se hacen uso de las tácticas aplicadas por el programa para captar la atención del espectador que expuestas por Borja Terán anteriormente. Por ejemplo, cuando se anuncia la revelación que va a tener lugar mediante grandes tipografías a pantalla completa, que recuerdan la hora y la noticia del día, continuamente hasta en 12 ocasiones.



Tipografías que potencian el dramatismo para captar al espectador. Fuente: Mediaset España.

Cabe destacar la posición de la trabajadora, que, a pesar de mostrar oposición y molestia por la espectacularización de un episodio traumático para ella, a través de comentarios como “sabéis que no quiero coger las llamaditas” tras salir de la cabina, colabora mostrando sumisión, tal y como expone la entrevistada Sara Riveiro:

“Es la peor sumisión al dinero y al éxito. Es una sumisión a la propia televisión, a: ‘Tenemos que hacerlo todo por el espectáculo’, y esa idea de que merece la pena sufrir por ello porque al fin y al cabo lo que importa es siempre llegar a ese 1% más de audiencia que *Atresmedia*. Es un reflejo de cómo funciona la sociedad en general, de cómo funciona el capitalismo y cómo en situaciones de desigualdad entre trabajadores y jefes, siempre el jefe va a aprovecharse de situaciones de vulnerabilidad para conseguir el máximo de ti cuando tú estás desesperado y tienes que hacer lo que sea para mantener ese puesto de trabajo” (Sara Riveiro, periodista).

De esta forma, la vulnerabilidad de Lozano es palpable cuando el presentador le comunica que la voz en off de las llamadas que ha escuchado en la cabina, es decir, su supuesta fuente, va a estar en plató “con toda la correspondencia” que mantuvieron en su momento. Ahí se hacen visibles diferentes reacciones que forman parte de la identidad del programa debido a su asiduidad y generan diversas sensaciones en cada uno de los presentes, que bien podrían aplicarse “a cualquier oficina de trabajo, cualquier aula de clase o cualquier sitio” (Diana Aller, periodista).

1. Colaborador. Lydia Lozano, entre lágrimas, se quita el micrófono y declara que no va a “participar de una vuelta al pasado. Si queréis, me echáis”. Manifiesta así su conocimiento de que le puede perjudicar laboralmente el hecho de mostrar negativa a intervenir en lo orquestado y dolor mediante declaraciones como “no puedo más”, “me duele que se me haga esto porque no me lo merezco”, “no sé cómo no os ponéis en mi piel”. Además, expresa consciencia de su rol al gritar que “sí” se la está utilizando y que es “un número”, en referencia al alto dato de audiencia que alcanzaría el programa. Finalmente, Lydia acepta quedarse desde una sala *vip* visualizando lo que ocurre en plató y asume así “la necesidad de

autoexplotarnos para satisfacer a quien nos da trabajo, una autoimposición porque no nos queda otra” (Sara Riveiro, periodista).



Lydia Lozano llora en *Sálvame*. Fuente: Mediaset España.

2. Compañeros. Entre el resto de trabajadores se perciben numerosas posturas en función de su relación con la compañera afectada. Así se refleja, por un lado, en Kiko Matamoros, contrario a Lydia, que insiste: “Estas situaciones ya las hemos vivido”. Y, por otro lado, en Laura Fa, afín a Lydia, que exterioriza un atisbo de preocupación y reconoce: “Lo pasa mal de verdad”.
3. Director. Mientras la empleada llora, el jefe grita: “No se te escucha porque te has quitado el micro” e incluso ríe y se opone a la colaboradora. Se percibe que tiene “que coger distancia para poder hacer eso, autoconvencerse constantemente de que es un juego” (Sara Riveiro, periodista).
4. Presentador. Jorge Javier Vázquez, a la tentativa de abandonar el plató de la colaboradora le responde que se quede “en una grada” porque “hay pocas cámaras” y cuando ésta abandona, le insiste diciendo “espera” para a continuación, perseguirla por la trastienda del plató y pedirle que se tranquilice.
5. Espectador. En palabras de la entrevistada Sara Riveiro como telespectadora del programa a analizar:

“Era consciente de que Lydia estaba sufriendo, de que claramente esto para ella era una línea roja, pero al mismo tiempo algo en mí decía: ‘Joder, Lydia, ¿Qué te cuesta? ¿Por qué no lo dices? Sería tan interesante. ¡Hostia qué te cuesta! ¿Por qué no dices el nombre de la fuente? ¿Qué más te da ya?’ Y sentía esa misma necesidad que sentían los directivos de presionarla hasta que reventara y dijera uno de los pocos secretos que ha guardado en toda su vida. Entonces tenía que alejarme un poco y decir: ‘Hostia. Está llorando ahora mismo. Esto no es un poco drama. Esto es una persona teniendo un ataque de ansiedad en directo’. Aún así yo quería presionarla y eso es horroroso porque te conviertes en el directivo cruel, pero no tienes a nadie contra quien ejercer ese poder o tipo de abusos y por eso te apetece ejercerlos contra los de *Sálvame*, porque dices: ‘Joder, ya que mi vida es una mierda los ejerzo contra ti’” (Sara Riveiro, Periodista).

### 5.3. El despido en público como contenido televisivo.

Con frecuencia, la espectacularización en *Sálvame* ha llegado incluso a poner en juego el puesto de trabajo de los colaboradores. De esta forma, la pérdida del puesto laboral ha sido usada como elemento de atracción de la audiencia mediante la venta de un posible despido en público. Desde que el 25 de octubre de 2017, Lydia Lozano y Terelu Campos fuesen señaladas como posibles despedidas tras una filtración de la cúpula del programa a el diario *El Español*. Los directivos encontraron en el despido una nueva vía para persuadir a la audiencia, que resultó de interés para la mayoría del público, ya que *Sálvame Limón* anotó un 13.6% y 1.588.000 espectadores y *Sálvame Naranja* un 18.5% y 1.727.000 espectadores, subiendo así notablemente la audiencia del día anterior, en el que *Sálvame Limón* cosechó un 12.7% y 1.476.000 espectadores y *Sálvame Naranja* un 16.1% y 1.508.000 espectadores. Esta acogida de la audiencia desencadenó en los directivos un nuevo *modus operandi* consistía en ir un paso más allá, en este caso, recurrir a la espectacularización del despido en directo. Una táctica que ya se ha probado en diversas ocasiones con varios colaboradores.

Análisis del Programa 3: “El castigo a Rafa y Anabel por su mal comportamiento”.

En el programa emitido el 14 de mayo de 2021, los colaboradores Rafa Mora y Anabel Pantoja de protagonistas, tras una fuerte discusión en días anteriores, conocerían su futuro laboral en directo. A lo largo del programa, se potencia el enfrentamiento entre los dos colaboradores:

“Se pincha a unos y a otros para que salten, y saben perfectamente cuáles son los puntos débiles y los puntos fuertes de unos y otros y se juega con ello. Se fomenta entre ellos, una actitud que no me parece del todo sana, porque les fomenta la competitividad entre ellos” (Diana Aller, periodista).

Esto se puede identificar en las cuestiones que plantea a la presentadora a los afectados, como: “¿Crees que los dos os merecéis la misma sanción?” o “¿Crees que te lo curras más que Anabel?”, en un intento de que respondan lo que consideran “justo”, término que repite la presentadora hasta en 5 ocasiones.

De esta forma, la rivalidad buscada por parte del programa, se pone de manifiesto mediante juicios entre los colaboradores como: “La que me llama sucio es ella”. También intentan acercarse al espectador a través de declaraciones dramáticas como: “Yo no soy familia Pantoja, soy hijo de soldador y ama de casa” o “Yo vengo de una familia humilde igual que la tuya”:

“Buscan una empatía con la clase obrera, por el simple motivo de que esta compone la base de su audiencia. Son habituales en plató comentarios ligeramente populistas y dramatizados pensados para mostrarse cercanos” (Riveiro, 2020)

No obstante, ese mensaje no surge efecto en el espectador, según la entrevistada Ángeles Caballero:

“Veo llorar a Anabel Pantoja y puedo pensar: ‘Ay pobrecilla, qué mal rato’, pero perdóname, también pienso en lo que cobrará y la cantidad de artículos que tengo yo que escribir por cobrar lo que le paguen a ella por una intervención en *Sálvame* y digamos que se me pasa, no puedo evitarlo” (Ángeles Caballero, periodista).



Al final del programa a analizar, se procede a la comunicación en directo del futuro laboral de Rafa Mora y Anabel Pantoja, con evidente espectacularización. Incorporan una promoción, previa a la comunicación en público sobre su puesto laboral, con grandes tipografías que señalan a Rafa Mora como “DÉSPOTA” y recalcan que se va a decidir el “FUTURO PROFESIONAL” junto a imágenes de archivo de Anabel Pantoja, una de las afectadas, envuelta en lágrimas.



Promoción de Sálvame. Fuente: Mediaset España.

Mientras los dos colaboradores se encuentran situados frente a frente en cada una de las gradas y Carlota Corredera en el centro del plató, que anuncia mientras suenan tambores que potencian el dramatismo: “La cúpula ha tomado una decisión”, “Las actitudes tabernarias y barriobajeras no tienen cabida en Sálvame ni deberían tenerla en la vida real”, “Quedan suspendidos de empleo y sueldo durante la próxima semana”.



Carlota Corredera comunica a Rafa Mora y Anabel Pantoja la decisión. Fuente: Mediaset España Comunicación.

Ante lo propuesto por la dirección, se advierte la normalización de la situación por parte de los colaboradores a través de sus reacciones:

- Rafa Mora: “Gracias a mi gente. Viendo los vídeos, como mínimo era ese castigo”.
- Anabel Pantoja: “Lo asumo y reflexionaré sobre todo lo que he visto”.

A continuación, nos encontramos con un cierre espectacularizado del programa, que finaliza con el tema de Queen, *The Show Must Go On*. Lo que desconcierta e impacta a la audiencia.

“No tengo nada claro hasta qué punto es mentira. Tengo claro que se plantean unas bases que desde dirección se les dice: ‘No os preocupéis, sabéis que es una broma’, pero yo creo que no es una broma en absoluto. Es una forma de dirección de testear las aguas y de ver quién genera interés y quién no. Y esas personas saben que no es del todo una broma, saben que por una encuesta no les van a despedir en ese momento pero que los directivos lo van a tener en cuenta para cuando les tengan que renovar el contrato en tres meses. Es una sensación



complicada, porque te frustras, pero al mismo tiempo les funciona, porque si no les funcionara la gente dejaría de verlo. Ni siquiera lo estás disfrutando, pero lo miras por curiosidad, por ver qué pasa, porque te genera adrenalina y porque no puedes dejar de mirar” (Sara Riviero, periodista).

#### 5.4. Polarización de la opinión pública.

La repercusión social de *Sálvame*, más allá de las cifras de audiencia, en un público por el que puede pasar “la ama de casa con estudios primarios, o puede pasar el superdirectivo al que le pillan en casa, enciende un momento la tele y se queda fascinado” (Caballero, periodista), queda manifiesta por Pedro Sánchez en *Manual de Resistencia* tras su polémica entrada por teléfono en el programa:

“Cuando terminamos, enseguida percibí el impacto que había tenido aquella irrupción televisiva, porque me llamó mi mujer, que estaba trabajando. La gente buscaba en Google <<Pedro Sánchez>>, les salía la empresa de mi mujer, y allí llamaban para retransmitirle su respaldo al compromiso que yo acababa de adquirir en directo” (Sánchez, 2019).

En ocasiones, *Sálvame* ha puesto “de manifiesto las dos Españas famosas” (Diana Aller, periodista) y comprende una vía en la que calar en la audiencia con asuntos “que afectan directamente a la sociedad” (Sara Riveiro, periodista) como el dinero o los problemas familiares. De esta forma, el programa ayuda a entender mejor a España:

“Un programa como *Sálvame* retrata mucho mejor a la mayoría de españoles que otro tipo de programas. Con cuatro horas de programa, entiendes mucho más a España que con un serial de documentales extraordinarios. Todo el mundo pasa por algún momento de su vida por *Sálvame* y no todo el mundo pasa por un determinado momento de su vida por una tertulia política. Lo que votan, lo que sienten y lo que les preocupa se refleja muy bien en ese programa” (Ángeles Caballero, periodista).

Análisis Programa 4: “El reencuentro más esperado entre Jorge Javier y Belén Esteban”.

Así se percibió en el programa emitido el 23 de junio de 2020, que obtuvo notorio seguimiento del público según plasmó la audiencia diaria de *Sálvame Limón*, que congregó a 2.003.000 espectadores y 15,9% de share, junto a *Sálvame Naranja*, que además de lograr el minuto de oro del día a las 17:57 horas con 2.662.000 espectadores y 28,6% de share, alcanzó una media de 2.322.000 espectadores y 22,6% de share.

En esta ocasión, la colaboradora Belén Esteban se enfrentó al presentador Jorge Javier Vázquez por la presente crispación política que *Sálvame* aprovechó para organizar una ‘Cumbre por la Paz’ en la que recurrieron a espectacularizar el momento como si de un mítin político se tratase, mientras ‘cebaban’ el contenido con grandes tipografías como: “TRAS LA GUERRA, HAY QUE LOGRAR ACUERDOS. BELÉN Y JORGE VUELVEN A VERSE”.



Belén Esteban expone su discurso. Fuente: Mediaset España.

Ante imágenes de archivo acompañadas de música de tensión que recogen la discusión desencadenante del conflicto por la que según la voz narradora de dicho vídeo “España entera vive pendiente”, ambos exponían su discurso. Primero Belén Esteban y posteriormente Jorge Javier Vázquez, ante la espectacularización por parte del programa.

1. Belén Esteban. La colaboradora se muestra cercana al público mediante declaraciones como: “Me parece una vergüenza las ayudas, ¿Quién vive con 400 euros?”. Habla desde su propia experiencia, así se percibe cuando afirma: “Yo he vivido el tema sanitario muy de cerca”, “Yo hablo de lo que yo vivo”. Muestra un tono narcisista cuando repite “Yo” hasta en 10 ocasiones en un corto periodo de 50 segundos. También es consciente del alcance de su mensaje. “Parece que se están dividiendo las dos Españas”. Además, Esteban se mantiene firme en lo dicho: “De lo que dije, no muevo ni una coma”. La colaboradora manifiesta su oposición al Gobierno aclarando que este ha hecho “una mala gestión” y se posiciona ideológicamente al defender al alcalde de Madrid por el Partido Popular: “Martínez-Almeida es el único que me ha dado tranquilidad”. Por lo tanto, este discurso evidencia una posición política próxima a la derecha política. Es un “Discurso próximo al Partido Popular y prácticamente VOX, un discurso muy en contra de las acciones del Gobierno. Un discurso populista que en ese momento encajó con mucha gente” (Sara Riveiro, periodista).
2. Jorge Javier Vázquez. El presentador muestra su oposición a lo expresado por Esteban con un ataque directo a la colaboradora mediante declaraciones como: “El discurso de Belén está plagado de falsedades y de opiniones poco científicas”, “Es yoísmo y capitalización del dolor”, “Belén Esteban ya no es pueblo. El pueblo no vive en un chalet en Paracuellos”. Expresa un tono más racional: “No podemos o no debemos opinar de todo”, “Tenemos que tener un mínimo de responsabilidad y no encender a las masas desde una posición privilegiada”. Al igual que la colaboradora, conoce la capacidad de trascendencia del mensaje. “Belén tiene muchos seguidores y ese discurso exento de ideología y tan vacíos son muy peligrosos, porque lo que haces es enardecer a la población”. De la misma forma, se posiciona ideológicamente con tendencia a la izquierda política afirmando: “Estáis confundiendo la libertad con dar alas al fascismo”. A lo largo de la dura intervención se percibe la consciencia del presentador de su posición privilegiada, lo que le otorga mayor seguridad. “Se mantuvo altivo y muy seguro de lo que decía. Está presente esa idea de Jorge Javier como un dictador que impone su opinión”. (Sara Riveiro, periodista).

El mensaje transmitido ocupó cantidad de titulares en medios como *El País*, que recogió: “‘Sálvame’ y Vox se pegan donde más duele: los votos y el dinero”, “‘Para mí es fascismo puro’: Cómo Jorge Javier Vázquez se convirtió en opositor de Vox de máxima audiencia”, “Belén Esteban, Jorge Javier y el fascismo revisitado”. También emisoras de radio de las que recogen declaraciones en el programa a analizar como *Herrera en Cope* o *Más de Uno* de Onda Cero, en el que el político del Partido Popular, José Luis Martínez-Almeida manifestó su posición con Belén Esteban, así como la política Cristina Cifuentes que aseguró, “Belén hizo un buen discurso”.



*Sálvame* recoge la repercusión que ha tenido lo sucedido entre Belén y Jorge. Fuente: Mediaset España.

Estos discursos tienen efecto en la polarización de la opinión pública, que ya con su propia idea formada, la refuerza a causa, en este caso, de las posiciones de Belén Esteban y Jorge Javier Vázquez. Así coinciden las tres entrevistadas para este trabajo de investigación:

“No tanto tienen influencia, como que acaban consolidando determinadas ideas que tenemos preconcebidas. Donde sí tienen influencia es en la propia clase política. Creo que tienen más influencia en los líderes políticos que en el propio ser humano” (Ángeles Caballero, periodista).

“Mas que influir, sirve para polarizar las opiniones que ya tiene los espectadores. Influye para caldear los ánimos. Fíjate mi madre, que es una persona bastante impermeable a todo esto y la televisión tampoco es que le guste mucho, pero dio la casualidad que esos días que Belén Esteban y Jorge Javier se enfadaron a cuenta de que creo que ella era más derechas y el más de izquierdas, ‘Porque no coges el metro, no estás puesto en la realidad’. Recuerdo que mi madre me lo comentaba: ‘Fíjate qué fuerte, eh’. Y ella posicionándose del lado de Belén Esteban porque claro, porque era más de derechas, pero tenía más cabeza. Entonces sí que existe una impregnación social a consecuencia de estos debates” (Diana Aller, periodista).

“Esta discusión encajó con mucha gente y pudo haber llevado a mucha gente a encajar con unas conclusiones a las que no habría llegado de otra forma” (Sara Riveiro, periodista).

## 6. Interpretación de resultados.

Los resultados de la muestra, evidencian la propensión de Sálvame a la espectacularización en diferentes vertientes. Ya sea por elementos tipográficos, visuales o de lenguaje que exaltan y potencian el dramatismo del programa con la intención de captar la atención del espectador y ver así reflejada una rentabilidad en las audiencias que puede llegar a cosechar.

Además, esa espectacularización se ve aplicada, más allá de los diferentes elementos expuestos en el análisis del Programa 1, en la mercantilización de la vida de los colaboradores, que en ocasiones se convierten en protagonistas dada la capacidad de creación de contenido que le confían, de la que los colaboradores son conscientes y muestran sumisión a la mercantilización de su propia vida, tal y como se percibe en el análisis del Programa 2.

Así, se pone de manifiesto la ausencia de ética y moral en las actuaciones de cada uno de los presentes en plató e incluso en la audiencia, que consume el contenido una vez surge efecto las tácticas de espectacularización que tienen como objetivo atrapar a la misma. Incluso vemos que no existe el límite en lo que aprovecharse de la vulnerabilidad de los colaboradores se refiere, hasta el punto de provocar las lágrimas en una colaboradora por la exhibición de una situación traumática para ella.

En una relación entre colaborador y dirección en la que ambos rentabilizan y mercantilizan con la situación del trabajador, esto repercute en la naturalización y normalización del maltrato en lo laboral por parte del afectado. A su vez, tal y como expone la autora Soto Vidal, también influirá en el ciudadano de a pie que busca “el bienestar económico” participando en estos programas en los que se monetariza con la propia intimidad.

De la misma forma, se percibe una falta de ética en el ámbito laboral según el análisis del Programa 3, cuando el programa va un paso más allá y recurre a la espectacularización de un posible despido en directo. Juega así con el puesto laboral de los colaboradores debido a la rentabilidad que pueden sacar de ello, un *modus operandi* que ya les había

funcionado con anterioridad y, en consecuencia, se ha convertido en un sometimiento frecuente.

También en el análisis del Programa 4 se ha podido observar cómo mediante la espectacularización del mensaje a transmitir, en este caso sobre las posiciones políticas de los colaboradores, ha obtenido sus resultados ejerciendo una polarización que consolida ideas previamente concebidas del público.

En este sentido, la hipótesis planteada en referencia al rendimiento en audiencias de *Sálvame*, se considera correcta, ya que los datos expuestos en este trabajo de investigación alaban que se han acogido a un modelo rentable y efectivo.

A su vez, podemos percibir que la hipótesis en relación al sometimiento que ejerce *Sálvame* en sus colaboradores y el uso en su beneficio que hacen de la vulnerabilidad de estos se ha cumplido, tal y como se ha reflejado en el análisis de contenido, en el que podemos apreciar que los tertulianos son expuestos, por la propia dirección, a pasar por conflictos difíciles de gestionar emocionalmente.

Por otro lado, la hipótesis que aborda la polarización de la opinión pública mediante contenidos como el analizado en el Programa 4, en el que se muestran las posiciones políticas de los colaboradores, se ha confirmado dado el calado social que obtuvo esa emisión y el mensaje que llegó al receptor.

## 7. Conclusión.

Tras el trabajo de investigación realizado, se ha podido observar que *Sálvame* ha logrado adoptar un modelo de televisión mediante el que consigue el objetivo principal de cualquier empresa que es sacar rentabilidad económica de su producto. En este caso, esa rentabilidad no sería posible si la audiencia televisiva no acompañase al programa en su andadura, lo que no es un problema dada la efectividad que supone la espectacularización de sus contenidos mediante la que logran obnubilar al público.

En lo que a las hipótesis se refiere, hemos podido demostrar que el trabajo realizado por *Sálvame* es recompensado por una respuesta mayoritaria en la audiencia. También la disposición del programa a hacer un espectáculo de cualquier contenido, atañe o no a la vida personal de los propios colaboradores que mercantilizan su vida.

A su vez, se ha podido comprobar que los colaboradores del programa se han convertido, conscientemente, en objetos de consumo cuya vulnerabilidad se hace perceptible cuando son sometidos a hacer frente a situaciones orquestadas por la propia dirección. Situaciones en las que no existe límite alguno por ninguna de las partes debido a la sumisión interiorizada por parte de los colaboradores y la monetización de la misma.

Por otro lado, queda reflejada la trascendencia de estas tramas y su repercusión en el televidente, en el que genera todo tipo de sensaciones, desde el disfrute de la exposición de la vida íntima de los personajes hasta la normalización de las relaciones mercantilistas en el ámbito laboral. En el mismo orden, se percibe la capacidad de trascendencia del mensaje en el programa, capaz de calar en la opinión pública reforzando las ideas del receptor.

No obstante, en general, cabe resaltar la inexistencia de estudios sobre *Sálvame* o formatos similar, su innovación en la televisión, el punto de vista crítico por las situaciones que se provocan, o la capacidad de repercusión que tienen. Por ello, a través de las entrevistas realizadas hemos podido conocer el por qué de ciertas actuaciones en el programa y la postura del espectador ante esa actitud.



Se puede concluir, que *Sálvame* encuentra en la inestabilidad y en la espectacularización de sus contenidos, un género próximo al reality show en el que una mezcla de la prensa rosa con el uso mercantilista de la vida de los propios colaboradores, ha supuesto un éxito que actualmente continúa vigente.

## 8. Reflexión personal.

Desde un punto de vista personal, una vez realizado este trabajo de investigación y como espectador del programa *Sálvame*, creo en la necesidad de observar este tipo de televisión con un punto de vista crítico, a pesar de ser consciente de la dificultad que requiere dada la capacidad de evasión que genera sus contenidos.

En el más absoluto sentido de hacer televisión, se debe reconocer el mérito de *Sálvame* como producto televisivo. En tiempos en los que la televisión parece estancada y no se percibe innovación alguna, este formato ha demostrado que hoy en día se puede llegar al público hasta dejar huella creando un nuevo género televisivo, lejos de todo lo emitido hasta el momento.

En el mismo orden, un aspecto que ya valoraba como espectador es el trabajo de las personas involucradas en *Sálvame*, lo que he reforzado tras analizar con más detalle numerosos aspectos del programa. También con las entrevistas que he realizado para llevar a cabo este trabajo, con las que coincido en el reconocimiento, por ejemplo, al trabajo del equipo de guionistas bajo la dificultad que supone un directo de 4 horas diarias en televisión, la ruptura con esa cuarta pared que no estamos acostumbrados a ver en la pequeña pantalla, así como el hecho de hacer partícipe a la audiencia en todo momento de lo sucedido.

Si hablamos de un programa de entretenimiento como cualquier otro, apuesto por programas como *Sálvame*. Especialmente porque creo que va más allá y, en ocasiones, desconozco si intencionadamente o no, hacen un trabajo de visibilización y normalización de ciertos temas tabú en nuestra sociedad. Esto lo he podido percibir en la creación de una sección feminista en el programa, el testimonio de personas LGBTIQ+, o la diversidad de cánones de belleza a la que no estamos acostumbrados en televisión. Teniendo en cuenta el altavoz que supone el programa, he de reconocer su labor en este sentido.

Por otro lado, precisamente por el altavoz en el que se ha convertido *Sálvame* y la representación de la sociedad española que muchos creen que es, me preocupa el mensaje que se lanza al espectador cuando se hace escarnio público, hasta el punto de recurrir a la

mercantilización de traumas personales de los colaboradores. La realidad es que parece no haber límite cuando de lograr audiencia se trata y se alcanza así una insensibilidad cuanto menos alarmante.

En referencia a las situaciones que se dan en los programas analizados en este proyecto, me inquieta la evidente normalización de un trato cruel y despiadado a los colaboradores y la inexistencia de empatía por todas las partes involucradas, tanto en el mismo plató como en el espectador, incluso cuando los afectados lloran y se muestran vulnerables. Personalmente, hablo de preocupación puesto que considero que se ha llegado a un punto en el que las caras más visibles del programa son vistas como simples objetos puestos en un plató para el disfrute de un espectador sin importar las consecuencias.

## 9. Bibliografía.

Barradas Arteaga, M.d.A. (2017). “Dos extremos del espectáculo informativo en televisión: construcción de roles, Sálvame vs. LaSexta Noche”. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Bordonado Bermejo, M.J. y López Talavera, M<sup>o</sup> del M. (2005), “Telebasura, ética y derecho: límites a la información de sociedad en televisión” en “La ética y el derecho en los tiempos del Postperiodismo”. Ed. Fundación Coso, ISBN: 978-84-612- 0082-3. 14.

Bueno G. (2002). “Telebasura y Democracia”. Barcelona: Ediciones B.

Cabeza, José y Casado Linares, Raúl (2020): “Empujando los límites: la expansión de la intimidad en los talk shows españoles (1990-2010)”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26 (2), 441-449.

Cáceres, M<sup>a</sup> Dolores (2007). “Telerrealidad y aprendizaje social”. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 5 (1), 1-21. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552556593006>

Cáceres, MD (2001). “La mediación comunicativa: El programa Gran Hermano”.

Cáceres, MD (2010). “El discurso de la televisión en la cultura del espectáculo: los procesos de mediación en los programas de la telerrealidad”.

Campillo, Manuel (2018). “Así fue «Tómbola», la semilla de «Sálvame» en televisión”. De ABC Sitio web: [https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-tombola-semilla-salvame-television-201808140215\\_noticia.html](https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-tombola-semilla-salvame-television-201808140215_noticia.html)

Chicharro-Merayo, Mar y Gil-Gascón, Fátima (2020): “La llegada de los canales privados en el imaginario de los espectadores: Recuerdos y nostalgia de aquella televisión (1990-2000)”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26 (2), 461-472.

CNMC (2014). “La CNMC requiere a Mediaset para que adecúe la calificación y emisión del programa “Sálvame diario””. De cnmc.es Sitio web: <https://www.cnmc.es/ca/node/356938>

Corredoira y Loreto, Alfonso (2009). “Veinte años de la Ley de Televisión Privada (1988/2008): cambios y perspectivas de futuro sobre el derecho audiovisual”.

Domínguez Lázaro, M<sup>a</sup> de los Reyes (2009). “LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL DESARROLLO CULTURAL DE LAS SOCIEDADES”. Razón y Palabra. (70) ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478047>

ECO, U. (1986): La estrategia de la ilusión. Barcelona, Lumen.

ESCUADERO MANCHADO, Lara; GABELAS BARROSO, José Antonio (2016). “La realidad de la telerrealidad: escáner de una sociedad (híper) televisiva”. Revista Mediterránea de Comunicación, 7(1), 91-117. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>. DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.6>

Fernández, Valentín-Alejandro & Juanatey-Boga, Óscar & González, J. & Campo, Lorena. (2005). “La teoría de Noelle-Neumann sobre la espiral del silencio aplicada a las audiencias de la telebasura”. Información para la paz, 2005-01-01, ISBN 84-609-6261-X, pags. 435-450.

García Barnés, Héctor (2021). “¿Por qué ya no existe la telebasura?”. De El Confidencial Sitio web: [https://blogs.elconfidencial.com/espana/mitologias/2021-03-21/por-que-ya-no-existe-telebasura\\_2995951/](https://blogs.elconfidencial.com/espana/mitologias/2021-03-21/por-que-ya-no-existe-telebasura_2995951/)

Giménez Pons, Carlos (2016). “EVOLUCIÓN DE LOS FORMATOS TELEVISIVOS DE ANTENA 3 Y TELECINCO”. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universitat Politècnica de València, Valencia.

Gómez Pascual, O (2021). “*Celebrities*, ídolos e iconos en la semiosfera mediática. Una mirada semiótica sobre el caso Julian Assange”. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Guerrero, E. (2010). “La irrupción del reality game en la televisión española y sus efectos sobre los concursos (2000-2005)”. *Vivat Academia*, (110), 182-216. <https://doi.org/10.15178/va.2010.110.182-216>

Lamuedra Graván, M (2005). “HISTORIAS DE FAMOSOS, LECTORES Y SOCIEDAD: ¿POR QUÉ TANTOS, POR QUÉ AHORA?”.

Lamuedra Graván, M. (2007). “ARISTÓCRATAS, “MERITÓCRATAS” Y “FAMOSILLOS”: CÓMO “PARTICIPAN” LOS LECTORES EN LAS HISTORIAS DE FAMOSOS”. Editorial: Ediciones de la Torre.

León Anguiano, Bienvenido (2009). “Telerrealidad. El mundo tras el cristal”. Editorial: Comunicación Social.

MARÍN, C. (2020). “Evolución del lenguaje audiovisual en los programas informativos de televisión en España (comparativa entre 1999 y 2017)”. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 63, 1-15. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3309>

Martínez-Rolán, X. (2012). “La audiencia televisiva. una aproximación teórica a la eficiencia y legitimidad de las audiencias”. *Revista De Ciencias De La Comunicación E Información*, 17, 12-20. [https://doi.org/10.35742/rcci.2012.17\(0\).12-20](https://doi.org/10.35742/rcci.2012.17(0).12-20)

Mateos-Pérez, Javier (2020). “La máquina de la verdad: paradigma de la telerrealidad de la primera televisión española en competencia (1992-1994)”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 655-664.

Mediaset España (2020). “Se celebra la primera ‘Cumbre por la Paz’ en ‘Sálvame’”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/limon-23062020-40\\_1008476575039/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/limon-23062020-40_1008476575039/player/)

Mediaset España (2020). “El reencuentro más esperado entre Jorge Javier y Belén Esteban”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/naranja-23062020-40\\_1008476575041/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/naranja-23062020-40_1008476575041/player/)

Mediaset España (2020). “La identidad de la fuente de Lydia Lozano”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/limon-26052020-40\\_1008434575032/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/limon-26052020-40_1008434575032/player/)

Mediaset España (2020). “Lydia Lozano se rompe”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/salvame-naranja-26052020-40\\_1008434575033/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2020/salvame-naranja-26052020-40_1008434575033/player/)

Mediaset España (2021). “La mayor mentira de la historia del corazón”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/limon-16032021-40\\_1008875575042/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/limon-16032021-40_1008875575042/player/)

Mediaset España (2021). “Lely Céspedes niega su adicción al juego y acusa a Ernesto Neyra”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/naranja-16032021-40\\_1008875575043/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/naranja-16032021-40_1008875575043/player/)

Mediaset España (2021). “Rocío Carrasco, protagonista de un documental”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/tomate-16032021-40\\_1008875575044/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/tomate-16032021-40_1008875575044/player/)

Mediaset España (2021). “El castigo a Rafa y Anabel por su mal comportamiento”. De Mitele Sitio web: [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/limon-14052021-40\\_1008964075008/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/limon-14052021-40_1008964075008/player/)

Mediaset España (2021). “La bronca entre Kiko Matamoros y la madre de Sandra Pica”. [https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/naranja-14052021-40\\_1008964075009/player/](https://www.mitele.es/programas-tv/salvame/2021/naranja-14052021-40_1008964075009/player/)

Mercado-Sáez, María Teresa (2020): “La crónica rosa en la Neotelevisión española como formato del infoentretenimiento: análisis de Tómbola (RTVV, 1997-2004)”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 26 (2), 665-677.

Mercado Sáez, María Teresa (1999). "La información "del corazón" en televisión". En Revista Latina de Comunicación Social, nº21 (septiembre, 1999).

Oliva, M. (2014). “Telerrealidad, disciplina e identidad. Los makeover shows en España”. Editorial UOC. 2014.

Ortiz Navarro, María Esperanza (2018). “Homogeneización en formatos de entretenimiento de Antena 3 y Telecinco”. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universitat Politècnica de València, Valencia.

Palacio, Manuel (2007). “Elementos para una genealogía del término telebasura en España\*”. Trípodos, nº21. Barcelona.

Parés i Maicas, Manuel (2006). “La “telebasura”: un fenómeno social preocupante”. <https://core.ac.uk/download/pdf/78517315.pdf>

Pecourt, Juan (2010). “Tómbola y la transformación de la visibilidad”. Arxius de Ciències Socials, 23, 149-159.

Perales Bazo, Francisco (2011). “La realidad mediatizada: el reality show”. Revista Comunicación, No9, Vol.1, año 2011, PP.120-131. ISSN 1989-600X.

Pérez Curiel, Concha (2002). La actualidad informativa del “corazón” desde la especialización periodística: El periodismo rosa de Contraportada (Canal Sur Televisión). ÁMBITOS. Nº 7-8. 2º Semestre 2001 - 1er Semestre 2002 (pp. 305-325).

Redacción (2009). “‘Supervivientes' arranca con éxito pero por detrás de 'Águila roja’”. De FórmulaTV Sitio web: <https://www.formulatv.com/noticias/10771/audiencias-supervivientes-arranca-con-exito-pero-por-detras-de-aguila-roja/>

Redacción (2020). “‘El Ministerio del Tiempo' (8,5%) mejora en su final y 'Got Talent: Lo mejor del mundo' (12%) lidera discreto”. De FórmulaTV Sitio web: <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-23-junio-el-ministerio-del-tiempo-mejora-final-got-talent-sube-102276/>



Redacción (2021). “'Mujer' (16,6%) sigue líder frente a 'MasterChef 9' (15,1%) y 'Tierra de nadie' (13,1%), que se mantienen”. De FórmulaTV Sitio web: <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-27-abril-mujer-lider-frente-masterchef-108410/>

Redacción (2021). “'El Ministerio del Tiempo' (8,5%) mejora en su final y 'Got Talent: Lo mejor del mundo' (12%) lidera discreto”. De FórmulaTV Sitio web: <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-17-marzo-la-isla-de-las-tentaciones-107450/>

Redaccionpr (2015). “Telecinco responde a la polémica sobre la campaña de comunicación ‘Yo Veo Sálvame’”. De historico.prnnoticias.com Sitio web: <https://historico.prnnoticias.com/comunicacionpr/541-prcomunicacion-1/20138349-salvame-campana-comunicacion-yo-veo-salvame>

Redondo García, Marta; Campos-Domínguez, Eva (2015). “Implicaciones éticas del infoentretenimiento televisivo”. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, [en línea], 2015, p. 73-89, <https://www.raco.cat/index.php/Comunicacio/article/view/296952>

Riveiro, Sara (2020). “Los ricos también lloran”. De Sitio web: <https://sara-riveiro777.medium.com/los-ricos-tambi%C3%A9n-lloran-950689180426>

Romero-Rodríguez, L. M., De Casas Moreno, P. y Torres Toukoumidis, A. (2015). “Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE”. *Alteridad*, 10(1), pp. 31-43.

Ruano López, Soledad (2007). “A más tele-basura, menos tele-cultura”. *Revista Puertas a la lectura*, N°.19, 2007, PP 89-93. ISSN 1575-9997.

Sánchez, MM (2010). “La telebasura como fenómeno periodístico y social: análisis país del tratamiento informativo en 'el' y en 'el mundo' (1993-2006)”.

Sánchez Castejón, Pedro (2019). “Manual de resistencia”. Editorial: Ediciones Península.

Soto Vidal, Laura (2005): “Televisión rosa: amarillismo y telebasura”. En Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui, nº 90 (junio, 2005).

Soto Vidal, Laura (2005): “La prensa rosa”. En Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui, nº 92 (diciembre, 2005).

Soto Vidal, L. (2005). “Prensa rosa: el juego sucio de periodistas y famosos”. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 11, 193 - 209. Recuperado a partir de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110193A>

Téllez de Meneses, Beatriz (2017). “La evolución de la prensa del corazón: de la realeza y aristocracia, al mundo ‘Sálvame’ y del reality”. De Voz Pópuli Sitio web: [https://www.vozpopuli.com/altavoz/prensa-corazon-famosos-evolucion-aristocracia-salvame-revistas-television-rosa-reality\\_0\\_1052895613.html](https://www.vozpopuli.com/altavoz/prensa-corazon-famosos-evolucion-aristocracia-salvame-revistas-television-rosa-reality_0_1052895613.html)

Terán, Borja (2020). “'Memes' en directo: Telecinco triunfa con narrativas de realización millennial en la tele clásica”. De LaInformacion.com Sitio web: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/memes-en-directo-telecinco-triunfa-con-narrativas-de-realizacion-millennial/6567621/>

Terán, Borja (2020). “La debilidad de Telecinco”. De LaInformacion.com Sitio web: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/la-debilidad-de-telecinco/2816005/>

Terán, Borja (2015). “La gran mentira de la ‘telebasura’”. De LaInformacion.com Sitio web: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/la-gran-mentira-de-la-telebasura/37180/?autoref=true>

Terán, Borja (2020). “Así retiene tu atención Telecinco: el arte del cebo que ya no busca cebar”. De Lainformacion.com Sitio web: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/asi-retiene-tu-atencion-telecinco-el-arte-del-cebo-que-le-da-igual-cebar/2810145/>

Valentín-Gamazo, Juan A. y Camarero, Emma (2019). “Realización televisiva”. Editorial Síntesis.

Vertele (2009). “AUDIENCIAS DEL VIERNES 7 DE AGOSTO: 'Sálvame Deluxe' supera en su estreno al sólido 'DEC'”. De Vertele Sitio web: [https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-viernes-agosto-salvame-dec\\_1\\_7771394.html](https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-viernes-agosto-salvame-dec_1_7771394.html)

Vertele (2009). “AUDIENCIAS DEL LUNES 27 DE ABRIL: La sobremesa de Telecinco, "salvada" por Jorge Javier”. De Vertele Sitio web: [https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-lunes-abril-telecinco-javier\\_1\\_7772618.html](https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-lunes-abril-telecinco-javier_1_7772618.html)

Vertele (2017). “MasterChef Celebrity se alza con el premio más valioso: 24.2% y récord de fans”. De Vertele Sitio web: [https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/masterchef-celebrity-sigue-inalcanzable-rivales\\_1\\_7477751.html](https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/masterchef-celebrity-sigue-inalcanzable-rivales_1_7477751.html)

Vertele (2017). “Bertín y Pablo Alborán vencen a Tiempos de guerra en la cruenta batalla”. De Vertele Sitio web: [https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-miercoles25octubre-micasaeslatuya-bertin-pabloalboran-tiemposdeguerra\\_1\\_7477840.html](https://vertele.eldiario.es/audiencias-tv/audiencias-miercoles25octubre-micasaeslatuya-bertin-pabloalboran-tiemposdeguerra_1_7477840.html)

## ANEXO

Entrevista a Ángeles Caballero. Periodista.

¿Cómo empezó a ver *Sálvame*?

Pues mira, yo he crecido en una casa con unos padres muy amantes de la prensa del corazón y de los programas del corazón. En mi casa se compraba cada semana la revista *¡Hola!* y recuerdo que había ese interés por este tipo de información. También se compraban otros medios, pero la revista *¡Hola!* nunca fallaba. Mi madre se encargaba de comprarla religiosamente cada semana. Todo empezó un poco, y yo creo que mi iniciación a este tipo de programas, vino con el fenómeno de *Tómbola* porque también en casa veíamos *Tómbola*. Nos lo pasamos fenomenal mis padres y yo. Nos divertíamos muchísimo y fue un enlace bastante natural a consumir y empezar a consumir *Sálvame*. Es verdad que durante muchísimo tiempo no lo veía de manera recurrente porque coincidía con un horario laboral que me lo impedía, pero siempre me acababa más o menos enterando de cosas. Lo comentaba con mis padres, sobre todo con mi madre, lo comentábamos mucho. Pero desde que hace pues tres o cuatro años, empecé a trabajar como *freelance*, pues ya es un programa del que siempre picoteo algo, o sea no me siento a las cuatro de la tarde y estoy hasta las ocho, o antes que era hasta las nueve, sentada como un reloj, pero siempre acabo picoteando algo. Y he de decirte que incluso cuando no lo podía ver en día laborable por incompatibilidad con horario laboral, siempre procuraba ver un rato el fin de semana con el *Deluxe*. Me parece que es una manera de descomprimir un montón de cosas que te pasan a lo largo de la semana, entonces soy una gran fan del programa. No solo por entretenimiento sino porque me parece que sobre todo en los últimos tiempos esconde una carga política de la que el consumidor televisivo más *snob*, que no se si existe un consumidor televisivo muy *snob*, porque el *snob* piensa que la televisión es algo demasiado *mainstream* y que no va con él, pero que yo creo que ahora algunos hablan de *Sálvame* sin complejos. Hasta hay gente que se jacta de ver *Sálvame* y yo creo que hace unos años se veía en la intimidad, pero yo creo que uno no lo decía abiertamente.

¿Qué le gusta de *Sálvame*?

A mi me gusta porque sobre todo en los últimos tiempos tiene un tipo de sentido del humor que yo comparto. Me gusta muchísimo el humor negro, ese cinismo y ese sarcasmo que ejemplifica sobre todo Jorge Javier Vázquez. Entonces me gusta muchísimo, me parece que es un tipo brillante que sabe jugar perfectamente su personaje. Me gusta mucho ese tipo de humor, que es un humor cínico, humor negro y que yo creo que tiene un punto muy inteligente. Y luego me gusta muchísimo cuando se bajan al barro, porque yo he de decir que soy bastante ecléctica en general, me gustan estilos musicales muy diversos y me gusta una prensa del corazón muy diversa. Entonces los personajes de la revista *¡Hola!*, me gusta verlos un poco para reírme de ellos y para mofarme, pero a mi lo que me gusta es los personajes de *Sálvame*, que ahora no veo los que salen en el *Deluxe* porque soy una señora que madruga mucho y que tiene hijos pequeños y a las once de la noche yo estoy derrotada, pero me gusta muchísimo los que salen a altas horas del programa. Me gusta mucho todas las que salen y dicen que se han acostado con Antonio David y que anteriormente se habían acostado con Kiko Rivera y anteriormente se habían acostado con Jesulín de Ubrique. Todo ese tipo de personajes me encantan. Recuerdo muchos de sus nombres y todo eso me parece fascinante. O sea, me gusta mucho más esa parte que estoy viviendo con tremenda intensidad toda la docuserie de Rocío carrasco, pero me divierte mucho más alguien que se haya enrollado con alguien una noche en una discoteca, que si Tamara Falcó sigue o no con su novio, a eso le presto muy poca atención. Por eso me gusta *Sálvame*.

¿Cuándo lo ve? ¿Con quién? ¿Habla de ello con alguien? ¿Qué lugar diría que ocupa en su vida?

Cuando lo veo, lo suelo ver sola, pero nunca estoy sola. Quiero decir, lo pongo un poco y siempre hay alguien pululando por aquí. Mi marido también es *freelance*, entonces suele estar por aquí. También están mis hijos que son pequeños, entonces me divierte muchísimo cuando a veces estamos por aquí y me preguntan algo: ‘¿Pero este se ha enrollado con no sé quién?’, entonces me divierte muchísimo comentarlo con ellos. Y luego, mi marido que es un señor muy discreto y muy tímido, tiene un enorme punto cotilla. Entonces a él no le divierte demasiado, pero luego le encanta estar al día de qué está pasando y entonces es como: ‘¿Este tema cómo va?’, y yo, por supuesto, le hago un informe completísimo. A veces mientras desayunamos, a veces mientras cenamos, básicamente, muchas veces le cuento escenas surrealistas. Por ejemplo, el día que

pusieron a Gloria Camila y a Sofía Suescun a leer *Fortunata y Jacinta* de Galdós, a mi me pareció un momento cumbre de la televisión en los últimos tiempos. Sobre todo, porque en esa franja horaria. se habla de contenidos que alguien que no ve *Sálvame*, no le pegaría. Yo en ese programa he visto recomendar *Saber Perder* de David Trueba, que es uno de mis libros favoritos. No te digo nada del tema de Galdós. Entonces claro, me parece maravilloso. Y desde luego, ve muchísima mas gente *Sálvame* y tiene muchísima más fuerza el autor que escriba un libro que se recomiende en *Sálvame*, a que se recomiende en un programa de literatura de La 2, que es maravilloso, pero lo ve poquísima gente.

¿Cómo cataloga *Sálvame*?

A mi me parece que ahora es un programa de entretenimiento, un programa absolutamente político, no tanto porque se discuta de temas políticos, que a veces es el caso, sino porque me parece que al final se tratan temas en el que todo el tiempo que le dedican, la forma que tienen de tratarlo, se habla de malos tratos, hay una parte que me parece siempre muy interesante que se ve la evolución que tiene la sociedad española. Sigue permaneciendo ese tema de que si la mujer se enrolla o tiene varias parejas es un poco fresca, mientras que el señor es un señor muy atractivo y tal. Luego me parece que es un programa que refleja la pluralidad, pluralidad política, pluralidad sexual. Quiero decir, han hecho la avanzadilla que no han hecho otros programas que siguen manteniéndose muy en estereotipo. O sea, hay gente que sale hablando de sus parejas del mismo sexo, otras con otro sexo, problemas para tener hijos, pérdidas de hijos. O sea, me parece todo dentro del caos. Consumo de drogas, consumo de prostitución. O sea, me parece una cosa que es muy el fluir. Me parece, vamos, un espejo.

¿Qué diferencias encuentra en *Sálvame* respecto a otros formatos similares de años atrás?

*Sálvame* hace una cosa que yo no había visto en ningún programa y en eso ha cambiado el propio programa, ya no tiene ninguna necesidad, podrían vivir las cuatro horas, cinco horas de programa y lo que les echaran, prácticamente sin invitar a personajes porque ellos se han creado su propio ecosistema. O sea, si invitan a alguien previo pago de su importe, es más que nada por darle un poco de *vidilla* al asunto. Cuando invitan a actrices, cuando invitan a determinados personajes, pero se retroalimentan constantemente. Tienen

perfectamente planificado que, si una semana le atizan a Lydia Lozano, la siguiente atizaran a otro. Entonces es un programa relativamente barato, porque pagas a los colaboradores, pero desde luego lo amortizas. Los personajes que eran entrevistados en *Tómbola*, los entrevistadores, tanto el presentador del programa como los que acudían, como colaboradores, podían tener rifirrafes y escenas un poco así dantescas, pero nunca se sacaban las porquerías y las miserias. Y luego tiene ese punto absoluto de entretenimiento, que, dentro de la explotación y la amortización de los personajes, es disfrazarles, hacerles que se suban a un *pulpillo*, hacer la croqueta, pelearse entre ellos, hacerle todo tipo de pruebas, *coaching*. Son animales televisivos que se prestan, no sé si consciente o inconscientemente, a este juego.

¿Qué papel cree que juegan los colaboradores en el programa?

Hay colaboradores y colaboradores. Los llamados ‘El eje del mal’ que son Mila Ximénez y los dos Kikos (Matamoros y Hernández), yo creo que podrían ser colaboradores y podrían también ser guionistas, perfectamente, del programa. O sea, se les nota un absoluto dominio del medio, saben cómo funciona el negocio y es como que ni sienten ni padecen y, cuando sienten y padecen, hay una parte que no es que no resulte creíble, pero quiero decir que se prestan. A Mila no le cuesta disimular, pero a los dos Kikos hay veces que se están poniendo muy tremendos y no pueden evitar que se están partiendo de risa. Yo creo que hay otros que quizás están en una posición un poquito más débil porque llevan menos tiempo y yo creo que esos son un poquito muñecos dominados por un ventrílocuo, que en este caso sería el propio programa. Luego Belén es un caso aparte, porque Belén tiene una categoría en sí misma, ella sabe mucho, pero al mismo tiempo tienes una explosión hormonal y de emociones. Está en una caja aparte, yo no la metería ni en el eje del bien ni del mal, es un elemento absolutamente necesario e imprescindible en ese programa pero que funciona con maquinaria propia.

Como espectadora, ¿Qué le provoca ver a los colaboradores afrontar situaciones difíciles de gestionar emocionalmente?

Muchas veces depende de qué colaborador, yo tiendo mucho a empatizar, pero tiendo a empatizar siempre con el débil, entonces como que ya me cuesta un poco empatizar. Quiero decir, el que te he mencionado ahora como ‘Eje del mal’, no es que no empatice

con ellos, pero quiero decir, sé que se prestan totalmente a esto. Entonces, tampoco voy a estar sufriendo como si me lo estuvieran haciendo a mi misma, ¿Sabes? Yo le tengo muchísimo cariño y muchísima empatía a Chelo García-Cortés. Primero, por lo que ella supone. O sea, una mujer con una edad en la que es muy difícil mantenerse en televisión, que no cumple tampoco con los cánones físicos ni de edad, una mujer que está casada otra desde hace muchísimos años... Me parece un elemento fundamental, a veces me parece que se pasan un poco con ella, digamos que me río un poco menos cuando se sobran con ella, que cuando se sobran con otros personajes. Yo veo llorar a Anabel Pantoja y puedo pensar: ‘Ay pobrecilla, qué mal rato’, pero perdóneme, también pienso en lo que cobrará y la cantidad de artículos que tengo yo que escribir por cobrar lo que le paguen a ella por una intervención en *Sálvame* y digamos que se me pasa, no puedo evitarlo.

¿Cómo repercute en la sociedad el tratamiento de *Sálvame* en cuanto a normas sociales?

No tengo muy claro hasta qué punto los traslada y cambia, lo que sí sé es que todos estos años de programa de alguna manera han calado un poco como lluvia fina, pero porque también los cambios se han producido en paralelo en la sociedad. Quiero decir, mi abuela que murió con 104 años, falleció con un porrón de nietos y bisnietos, todos heterosexuales, algunos casados, otros divorciados, otros solteros, otros tal. Las abuelas de hoy, que son un poco la edad que tendría mi madre, que en paz descanse, por una mentalidad muy tradicional que se tenga, lo más normal es que tengas una familia plural. O sea, plural en la que haya gente que le guste gente del mismo sexo, ateos, creyentes, solteros, casados, divorciados, que quieren ser padres, que no quieren ser padres. Entonces, yo creo que eso, salvo en casos muy extremos, muy intolerantes y muy intransigentes, al final hay gente que lo asume. No tanto por un ‘Estoy muy convencida de que el mundo es así de plural’, sino porque es tu familia y, entonces, si tú tienes un nieto o una nieta que le gustan las personas del mismo sexo, pues a lo mejor no te hace demasiada gracia, pero es que, si es tu nieto al que has visto desde que era pequeño, lo asumes. Yo creo que, con *Sálvame*, día tras día, han ido introduciendo esas tramas, en la que a mi me parece muy interesante, quiero decir, que Jorge Javier hable de los límites que puede tener, o de sus parejas, o de si adopta perros. Todo eso, convertirlo en algo natural, yo creo que acaba, de alguna manera, calando. También hay que decir una cosa *Sálvame*, es un programa que ve muchísima gente, pero que hay muchísima más gente



que no lo ve. Entonces, quiero decir, es un altavoz importante, pero también coincide con un horario en el que hay muchísima gente que no lo ve porque está trabajando y que igual luego lo ve por algún *zapping*, o porque le viene alguna noticia en Google, en su móvil. Yo tampoco le daría una cosa como que puede hacer cambiar el rumbo. Y, de hecho, no hay más que ver que, a pesar del apoyo explícito que ha hecho Jorge Javier Vázquez al candidato Ángel Gabilondo para las elecciones de la Comunidad de Madrid, digamos que no ha tenido demasiada repercusión. Es decir, yo tampoco lo tomaría como una especie de dogma de fe.

Desde hace un tiempo, se ha comenzado a ver cómo en *Sálvame* recogían el debate político de la calle e incluso los mismos políticos han hecho uso del altavoz que supone el programa. De hecho, ha definido *Sálvame* como un programa de política y no de corazón. ¿Qué lugar ocupa la política en *Sálvame*?

Pues yo creo que ocupa mucho más del meramente explícito. O sea, no hay que olvidar que hace bastantes años, cuando yo creo que ni siquiera era candidato a secretario general del PSOE, Pedro Sánchez entró en *Sálvame* mientras que Jorge Javier Vázquez criticaba el Toro de la Vega de Tordesillas, y él entró. A mi me pareció una manera muy inteligente de entrar, porque es como si hubiera una especie de coto vedado a la clase política, y ahí fue una de las veces que se rompió. Luego han entrado más políticos y ahora se ha visto evidente, no solo con la docuserie de Rocío Carrasco, de la que hablan muchos, sino que durante el confinamiento entraron muchos políticos a explicarse, políticos de todas las administraciones regionales, locales, alcaldes, entró muchísima gente. Igual que el confinamiento nos ha roto los códigos de vestuario, ya sabemos cuál es la ropa de teletrabajo, que podemos ir de cintura para arriba monísimos y de cintura para abajo en chándal, eso ha roto los códigos. Yo creo que, en el caso de *Sálvame*, pueden entrar científicos políticos y luego una señora que está en la puerta de *Ambiciones*. Hay mucha política más allá del mero hecho de que entre un político, de que se hable de críticas a Antonio Montero por ser más o menos partidario de VOX. Me parece muy interesante, la verdad.

En ocasiones, en el programa, han lanzado discursos políticos y han mostrado abiertamente sus posiciones políticas, ¿Cree que tienen capacidad de influencia en la opinión pública?

Yo creo que no tanto tienen influencia, como que acaban consolidando determinadas ideas que tenemos preconcebidas. O sea, quiero decir, a mí me encanta Belén, pero comulgo poco con sus ideas políticas, pero la escucho, y ahora que pienso no me extraña nada lo que está diciendo. Hay algo en lo que tú palpas lo que opina cada uno de los colaboradores, con lo cual, a lo mejor te estás basando un poco en prejuicios o estereotipos, pero hay una parte en la que lo veo y digo: ‘Claro, sí es que este es más de derechas que tal, o es que este es más de izquierdas’, pero no se tanto si tienen influencia o no. Donde sí creo que tienen influencia es en la propia clase política, porque no hay que olvidar que cuando Belén Esteban volvió de un viaje a Canarias y dijo que Barajas era una mierda y que entonces no había ningún tipo de control, el difunto en política Ignacio Aguado tardó 30 segundos en poner un tweet diciendo que, efectivamente, como si Belén fuera ahora fusionadora romana. Entonces no deja de ser muy curioso como, al final, tienen influencia en aquellos que quieren nuestro voto y que quieren que optemos por ellos a la hora de unas elecciones. Por lo que creo que tienen más influencia en los líderes políticos que en el propio ciudadano.

De hecho, Pedro Sánchez habla en su libro sobre su entrada por teléfono en *Sálvame* y sostiene que el comentario de Jorge Javier Vázquez sirvió de iniciativa para llevar al Congreso una ley contra el maltrato animal.

Claro. Por ejemplo, ese es uno de los temas, me refiero a la tauromaquia en general. La prensa del corazón, la abordaba de una manera de toreros que se enrollan con alguien, se casan con alguien, se separan. O sea, la vida un poco más sentimental y cotidiana. Que salga una persona y se manifieste contra la tauromaquia por lo que ello implica, me parece interesante. Me parece interesante porque es una manera de, también, como es el reflejo de la sociedad, esta era una sociedad muchísimo más taurina hace 30 o 40 años y ahora no digamos tampoco que es un espectáculo que está en declive, pero no tiene el mismo predicamento que tenía antes, sobre todo porque antes, o eras muy taurino o no lo eras, pero eras como Suiza, totalmente neutro, pero ahora al que no le gusta, lo dice abiertamente y se manifiesta absolutamente contrario a ello. Entonces, bueno, yo creo que ahí hay más pulsión, en ese sentido, y me parece interesante que se trate un tema como ese. Es que se tratan en ese programa muchísimos temas que pasan de puntillas en otras tertulias políticas, violencia de género, incluso la propia transexualidad con

personajes como ‘La Veneno’ a raíz de la serie. Hay un trasfondo bastante profundo, lo que no sé es, a la gente que ve *Sálvame* qué le parece eso. Por ejemplo, yo que tengo un cariño personal inmenso por Carlota Corredera, detecto por redes sociales que hay muchísimas mujeres que ven *Sálvame* que la rechazan porque la consideran pesada con el tema del feminismo. Ahí tienes dos opciones, o te pliegas y vuelves a hablar sólo de: ‘Vamos a reírnos un poquito de Laura Fa y vamos a hacer no sé qué’, o decides que basta que te rechacen, para seguir machaconamente. Es verdad que puede provocar cierto rechazo este aumento en la carga política o en la densidad de los temas que se tratan en los últimos tiempos, pero el programa sigue siendo un pelotazo. Yo creo que entre otras cosas porque en cuatro horas te da tiempo a hacer de todo: la voltereta lateral, a pedir que la gente adopte perros y, de repente, luego una cosa loca porque haces a uno que se disfraza de Freddie Mercury. Es una maravilla, un parque de atracciones.

En el artículo que escribiste sobre Jorge Javier Vázquez, subraya que “Lleva presentando el programa que vertebra y salva España y para entender a la España del siglo XXI hay que ver su programa”.

A mi me gusta muchísimo todo lo que tiene que ver con gente normal. Yo me inspiro en bares más que en el Congreso a la hora de hacer periodismo. Entonces, a mi me parece que un programa como *Sálvame* y una serie como *La que se avecina*, retrata mucho mejor a la mayoría de españoles que otro tipo de programas. Entonces, entender a España, me parece que, con cuatro horas de programa, entiendes mucho más a España que con un serial de documentales extraordinarios. Tú con la sexta columna, que a mi me parece un programa extraordinario, entiendes mucho determinadas cosas, pero la España que va a los bares, a los mercados y a tal, consume lo justo ese tipo de programas. Todo el mundo pasa por algún momento determinado de su vida por *Sálvame* y no todo el mundo pasa por un determinado momento de su vida por una tertulia política, o por un Salvados de Évole. O sea, ahí va bastante menos gente, o un tipo de gente que se parecen todos mucho. Por *Sálvame* pueden pasar la ama de casa con estudios primarios, o puede pasar el superdirectivo al que le pilla en casa, enciende un momento la tele y se queda fascinado porque Paz Padilla está tirada en el suelo sobre un colchón con un invitado, porque hay pulsiones mucho más comunes que se mueven en esos programas, o en esas series, que en otras. Entonces, me parece que entender un poco más a España, incluso a lo que votan, a lo que sienten y a lo les preocupa, se refleja muy bien en ese programa.

Entrevista a Diana Aller. Periodista y ex redactora de *Sálvame*.

¿Cómo empezó a ver *Sálvame*?

Yo normalmente trabajaba en ese horario, al inicio *Sálvame* se creó para comentar *Supervivientes*, si mal no recuerdo, entonces fue una apuesta de Mediaset para tener la franja horaria de la sobremesa cubierta con gente comentando *Supervivientes*. De hecho, se iba a llamar *Sobreviviré* el programa, pero por un problema de derechos de la canción de Mónica Naranjo, no se pudo llamar *Sobreviviré*. Te lo digo esto porque yo me acuerdo que hasta las impresoras estaban configuradas ‘*Sobreviviré 1*’, ‘*Sobreviviré 2*’, y yo es que creo que empecé a trabajar como al año de emisión cuando eran dos horas de programa y ahí lo duplicaron a cuatro. Pero yo creo que empecé a verlo... Pues eso, en temporadas que estaba en paro y pues lo tenía de fondo puesto en casa, sin más trascendencia.

¿Cuándo lo ve? ¿Con quién? ¿Habla de ello con alguien?

Piensa que yo trabajo en televisión habitualmente, entonces, con la gente de televisión sí que hablamos, obviamente, de contenidos televisivos. Pero sí, yo me muevo en un mundo eminentemente audiovisual, pero luego también de gente que se dedica a la cultura, al ocio... Entonces bueno, pues como hay una parte como de ironía, humor implícito en formatos como *Sálvame*, yo creo que engancha también a un tipo de gente, también profesionales liberales que tienen las tardes libres y pueden tener la tele puesta de fondo,

cosas así. Entonces sí, es un tema recurrente o ha sido un tema recurrente en conversación con mis amistades.

¿Qué le gusta de *Sálvame*?

Me gusta del programa la capacidad de hacerse a sí mismo, de revisionarse constantemente, creo que eso es parte de su éxito. Creo que es un programa que ha ido evolucionando conforme ha ido cambiando el dibujo de la audiencia y de la actualidad. Por ponerte un ejemplo, se han posicionado con el feminismo a raíz del *Me Too* y ha sido como parejo al cambio social que hemos ido viviendo en España con la impregnación del feminismo. Pero, me da igual, el feminismo o miles de cosas, lo que quiero decir es que lo que más me gusta es esa capacidad de autoanalizarse y adaptarse a cómo va la sociedad, la cultura o los intereses en ese momento y esto es una gran ventaja es una especie de ventaja evolutiva con respecto a otros formatos más estancos que son más cerrados, un programa de entrevistas o un *magazine* al uso. Lo bueno de *Sálvame* es eso, que se va adaptando y por eso su éxito y su permanencia en el tiempo, probablemente.

¿Cómo cataloga *Sálvame*?

Es muy difícil, esto lo he planteado muchas veces. Vino un amigo mío portugués a pasar unos días y no entendía nada. Me decía: ‘Pero, ¿De qué va este programa?’ y pensé: ‘Jo, qué difícil explicarle a un extranjero de qué va este programa’. O sea, es muy difícil. Ellos durante una temporada decían que era telerrealidad y sí que es cierto que es un formato reality 100%, porque vivimos sus vidas, sus amores, sus quehaceres, y se han convertido los mismos colaboradores en protagonistas del formato. Pero sí podría ser un magacín de entretenimiento donde los colaboradores son también los sujetos digamos, los sujetos políticos o sobre los que versa realmente el programa.

¿Qué diferencias encuentra en *Sálvame* respecto a otros formatos similares de años atrás?

*Sálvame* bebe directamente de una herencia muy clara que es de *Tómbola*, en Telemadrid también se hicieron muchos programas de ese tipo, un poco de tomarse el corazón o el mundo del corazón, lo que antiguamente era crónica social, un poco de mirar en horizontal y en lugar de poner en un altar a los famosos, humanizarlos, que es lo que

después han hecho las redes sociales. Pues para mí este es de donde bebe directamente *Sálvame*. La diferencia sustancial que ha hecho *Sálvame* es romper la cuarta pared. Es decir, eso que en teatro hace que se integre el público dentro. Pues para mí, esto es una opinión muy personal, habrá quien piense otra cosa, pero yo creo que el gran distintivo, primero, es la capacidad esta de retroalimentarse de sí mismo, creciendo como va la sociedad, líquida por donde encuentra su paso. Pero, por otro lado, es esa capacidad de enseñar las tripas de la televisión, lo que hay detrás, no lo bonito, los focos, sino que, si alguien sale del plato, pues un operador de cámara con la cámara al hombro, lo tiene que seguir. Y esto de romper esa cuarta pared, de decir: 'Esto ni es tan bonito, ni es tan nada'. Mostrar al espectador, acercarle a ese mundo y normalizarlo, para mí es una de las grandes aportaciones. Tiene su antecedente en *Aquí Hay Tomate*, que yo también estuve trabajando ahí. Y, realmente, es un poco la escuela de esto. De hacer de las deficiencias, sobre todo formales o de realización, hacer de ello una seña de identidad, incluso una virtud. Rellenar contenido con unas imágenes muy mediocres grabadas por móvil y con eso se ceba una información. Y, sobre todo eso, acercar al espectador al mundo que se está gestando ahí, en televisión.

¿Qué papel juegan los colaboradores en el programa?

Los colaboradores están sujetos a esta especie de selección natural que te digo, donde deben tener cierto carisma y mucho aguante psicológico, porque la verdad, hay muchas veces que a mí me ponen nerviosa, porque veo actitudes muy reprochables moralmente hablando, donde se pincha a unos y a otros para que salten, y saben perfectamente cuáles son los puntos débiles y los puntos fuertes de unos y otros y se juega con ello. Esto les ha convertido en auténticas máquinas de atraer la atención y se fomenta entre ellos, ya te digo, una actitud que no me parece del todo sana, porque les fomenta la competitividad entre ellos. Actitudes que, como digo, a mí no me parecen positivas. Ahora bien, son el reflejo de cualquier oficina de trabajo, cualquier aula de clase o cualquier sitio donde están los *guays*, los puteados, los que más atención atraen, las envidias. Es decir, es como un crisol de personalidades, eso sí, fuertecitas todas, porque aguanta tú eso. Y, la verdad, que a mí me admira mucho la generosidad que tienen, porque me parece de una generosidad tremenda. O sea, les paguen lo que les paguen, no está pagado. Porque primero, es gente que no puede salir a la calle y sacarse un moco, o tener intimidad, porque va a haber alguien juzgándole y eso es muy incómodo. Y segundo, es depender

psicológicamente de un trabajo muy estresante, es un directo diario. A mi, ya te digo que me merece mucho respeto.

Como espectadora, ¿Qué le provoca ver a los colaboradores afrontar situaciones difíciles de gestionar emocionalmente?

En principio rechazo. Cuando gritan, cuando se enfadan. Hace años, si estabas haciendo *zapping*, te quedabas donde más gritaban, y ahora, yo no sé si me he dado la vuelta en la parábola o ya estoy un poco harta, pero me causa rechazo, mi primera impresión es rechazo. Cuando putean, extorsionan, llámalo como quieras, se puede edulcorar, pero realmente es practicar *mobbing* laboral. Pues cuando lo hacen con alguno, a mi me causa rechazo y me incomoda profundamente. No atrae mi atención y muchas veces veo que el efecto es directamente, pues eso, hacer llorar, saltar o enfadarse a alguien, que son cosas negativas, entonces, a mi esto cada vez me gusta menos. Me gusta, por ejemplo, pues eso, cuando llevan ahora a un imitador que imita a unos y otros. O sea, jugar con el humor, creo que todo eso te da muchísima mayor riqueza y una crítica soterrada mucho más inteligente. Es decir, me estoy metiendo contigo, pero lo hago desde una imitación. Ese tipo de cosas me gusta más, pero como digo, me gusta a mi en lo personal, probablemente está mil veces testado que funciona un grito, un lloro, una tensión, eso funciona muy bien a nivel audiencia

Asistió a plató en calidad de crítica de televisión cuando organizaron un juicio a Lydia Lozano y declaró que la colaboradora sufre *mobbing*.

Lydia Lozano, como Belén Esteban, casi todos los colaboradores tienen algo que es muy difícil de definir, que es el carisma. Es algo que los políticos matarían por tener, y es algo que no se puede impostar, no se puede aprender, eso se tiene de forma natural o no se tiene. Lydia Lozano es un animal televisivo, es un animal, porque ella tiene una espontaneidad natural que todos envidian en realidad. Entonces, saben que Lydia es una carta segura, siempre va a funcionar. ¿Qué pasa? Que, en este juego de egos, de perfiles psicológicos, Lydia es el blanco fácil. Saben que, si la pinchan, la gente se va a posicionar automáticamente, la mayoría a favor y algunos en contra de ella, y allí en plato, en contra, porque le tienen envidia. Porque ya te digo, se produce este juego, es tremendo, es un *Juego de Tronos* total, donde una silla vale tanto, pero en realidad no lo pueden decir así

de claro, porque sería muy feo admitir: ‘Oye, yo tengo envidia porque esta cobra más, porque da más audiencia’. O sea, en realidad es esto lo que sucede por debajo. Lo que pasa es que, de una forma muy sibilina, ellos lo juegan como: ‘Pues eso, contra ella’, porque da audiencia y así se posicionan ellos. Es decir, si yo me meto con Lydia Lozano, a mi me da un rol, que es ‘Enemiga de Lydia Lozano’. Entonces, es un juego muy sucio y muy pantanoso, me parece a mi. Entonces sí, muchas veces para definirse uno mismo y para ganarse su silla y su puesto, lo que hacen es definirse ‘En contra de’ o ‘Al margen de’. Entonces, allí el blanco perfecto, como digo, es Lydia Lozano. Es una persona absolutamente natural y llena de espontaneidad. Ese día que estuve allí, me sorprendió mucho, porque en un momento llegué a dudar, y ahí te das cuenta del poder de la masa. Lo que vemos normalmente en los realities, que siempre desde fuera el público apoyamos al que se queda solo o marginado y siempre vamos en contra del grupo, pero cuando estás allí, y yo estuve nada, media hora, no creo que fuera más, o tres cuartos de hora, El tiempo que estuve ahí, me hacían dudar. Yo pensaba, pues cuando toda esta gente lo dice, será por algo, por qué van a mentir. Y por un momento llegué a pensar que lo que decían de Lydia, era verdad, que ella manipulaba. No me acuerdo ya de la tesis que sostenían. Entonces claro, ahí te das cuenta y dices: ‘Joder, qué fácil es sentirse emocionalmente absorbido por el rebaño’. Y realmente, la hacen ver como una enemiga a batir, cuando realmente lo que se le está haciendo es una campaña de acoso, más o menos soterrado, más o menos a la vista, pero es acoso. Por lo menos yo así lo entiendo desde fuera como espectadora, y reitero que yo, habrá gente que diga: ‘No, no, eso no es acoso, son las relaciones normales o habituales en un lugar de trabajo’, no lo sé.

Dice que un guionista debe tener ética para prosperar, ¿Cuando trabajó en *Sálvame*, hacer frente a estas situaciones le dificulta el trabajo de alguna forma?

No, yo en *Sálvame* estuve trabajando de redactora. Estuve solo un año y el único problema moral, entre comillas, que tuve fue cuando todavía la Casa Real era intocable. Me tocó hacer un reportaje, una pieza de video, allí actuamos nosotros y todo, sobre un posible embarazo de la reina Letizia cuando todavía era princesa, y yo me acuerdo que me corregían el texto, me lo cambiaron, porque me dijeron que no se podían decir según qué cosas, ya no me acuerdo exactamente qué era, parto vaginal o algo así, una tontería, pero que no se podía decir. Y yo ahí sí que hablé con mis jefes y les dije: ‘Por favor, no quiero volver a escribir sobre Casa Real. Si no os importa, dadme otros temas, pero yo me



declaro insumisa a estos temas'. Es el único dilema moral que tuve, tú piensa que la redacción de *Sálvame* va por un lado y los colaboradores van por otro, realmente son como otro mundo, no tiene mucho impacto, ni mucho que ver uno con otro. Entonces, dilema moral no, no más que en otros programas. Piensa que a mi lo que me causaría un dilema moral verdadero, sería trabajar en unos informativos o algo así, donde tienes que contar las noticias de una determinada manera, según el grupo mediático al que perteneces, porque está asociado a unos ideales y partidos políticos determinados. Para mi, eso sí que es un problema y un dilema moral. Ahora, trabajar en entretenimiento, donde hay un pacto tácito, donde todo el mundo sabe qué es lo que ocurre, no estás haciendo daño, a priori, a nadie, y afortunadamente contamos con leyes que salvaguardan el honor y todo esto se mide mucho. Evidentemente, entonces, a mi eso no. Ya te digo que, dilema moral me causaría trabajar como se trabaja la información.

¿Cómo repercute en la sociedad el tratamiento de *Sálvame* en cuanto a normas sociales?

Pues mira, ni más ni menos que cualquier otro producto de consumo que es lo que es, un programa de televisión. Tiene un impacto y como tal, quienes trabajan ahí, deben tener una responsabilidad. Han incorporado, como digo, una sección, *Con M de Mujer*, en la que ellos mismos hacen un ejercicio de autocritica que ojalá tuvieran todos los espacios, para empezar, los informativos, donde te ofrecen un cuarto de hora de fútbol dentro del propio informativo, como si pusieran un cuarto de hora del horóscopo, tiene el mismo interés informativo. Entonces, creo que, en ese sentido, *Sálvame* está un paso más allá que la mayoría de los productos de entretenimiento. Sigue cometiendo miles, miles de gazapos, pero no solo con eso, sino, homofobia, me da igual, porque lo tenemos interiorizado como sociedad y culturalmente. Para empezar, el lenguaje con el que hablamos es un lenguaje sexista, no inclusivo, etc. O sea, que es imposible abstraerse de eso. Pero, dentro de la responsabilidad que tienen, creo que cumple más o menos el expediente para empezar por ahí. Pero luego, el modelo que ofrece de las mujeres, o de los hombres, o la relación entre mujeres y hombres, pese a que bueno, tienen ahí a algunos entre comillas *cuñaos*, rápidamente lo repelen muy bien. Y tenemos, por ejemplo, una representación que apenas se ve en televisión y, que yo como mujer periodista, agradezco mucho, que son mujeres mayores ejerciendo de colaboradoras, con mujeres mayores me refiero a mujeres maduras, no a María Teresa Campos. Yo tengo 46 años y parece que, a cierta edad, cuando ya no se está en edad de procrear, por decirlo finamente, ya no hay

mujeres en televisión. Porque solo pueden estar buenas, ser jóvenes, delgadas y floreros. Y entonces aquí, vemos mujeres con todas las fisonomías, que, además, normalizan el vivir preocupadas por encajar en una sociedad, en unos determinados cánones, que te cuentan sus operaciones de cirugía estética. Entonces, no quiero normalizar las operaciones y el no sentirse a gusto, pero sí visibilizar que las mujeres no caben en ese canon que nos están dando los medios de comunicación tan absurdo, donde los hombres pueden envejecer, ser calvos, estar en fatal forma física, pero a las mujeres no se les perdona. Entonces a mi, en este sentido, me parece muy bien que las mujeres mayores, y de todo tipo, tengan voz, se las escuche y cuenten sus vivencias, porque creo que esto conecta mucho más que miles de campañas que se hacen desde instituciones o desde el Gobierno y no llegan a nada.

¿Qué lugar ocupa la política en *Sálvame*?

A mi me parece mal porque creo que, si bien es imposible mantenerse tibio, porque yo creo todos somos sujetos políticos al final, pero me parece mal porque creo que un programa de entretenimiento, igual que me parecía mal que durante la fase más dura del COVID, hubiera allí recomendaciones del COVID y tal, yo creo que estábamos todos muy focalizados, pero precisamente lo que necesitábamos, pero bueno. No me parece bien mezclar porque no es el espacio para eso, ni el canal, ni el horario, ni el momento. Pero, como digo, esta es mi percepción. Lo que sí ha sucedido alguna vez, es que se ha puesto de manifiesto las dos Españas famosas que siempre hay, encarnadas en Jorge Javier Vázquez y Belén Esteban. Entonces, a mi me resulta curioso desde un punto de vista sociológico, pero creo que no debería ser el lugar en el que exponer estas cosas. Pero es telerrealidad, de alguna forma si ellos además han chocado, al final es un problema político al verlo de distinta manera, pues se espera que ocurra así de una forma natural, como sucede todo en *Sálvame* y ya está.

En este sentido, ¿Encauza en la opinión pública e influyen sus posiciones políticas?

Más que influir, no va a cambiar nadie de opinión, lo que sí que sirve es para polarizar las opiniones que ya tienen los espectadores. Piensa que ahora sucede lo mismo con las redes sociales, no vas a cambiar tu voto de un partido a otro, pero sí que se te va a encender en contra de los partidos en los que no creas. Pero yo creo que influye para caldear los

ánimos. No es necesario, pero todo eso da audiencia. Fíjate, mi madre, que es una persona bastante impermeable a todo esto y la televisión tampoco es que le guste mucho, pero dio la casualidad que esos días que Belén Esteban y Jorge Javier se enfadaron a cuenta de que creo que ella era más derechas y el más de izquierdas, ‘Porque no coges el metro, no estás puesto en la realidad’. Recuerdo que mi madre me lo comentaba: ‘Fíjate qué fuerte, eh’. Y ella posicionándose del lado de Belén Esteban porque claro, porque era más de derechas, pero tenía más cabeza. Entonces sí que existe una impregnación social a consecuencia de estos debates, pero bueno, me mantengo al margen de ellos. Ya te digo, porque no me gustan, pero bueno.

Entrevista a Sara Riveiro. Periodista.

¿Cómo empezó a ver *Sálvame*?

Pues yo empecé a ver *Sálvame* por la carrera, la verdad, yo estudié periodismo y comunicación audiovisual y antes de eso yo era bastante clasista y elitista con respecto al concepto de telebasura o entretenimiento o cualquier producto que viniera directamente de Mediaset, yo tenía una idea un poco eso, elitista de que ver esa televisión era para tontos o incluso una misoginia interiorizada de que era solo para amas de casa tontas o abuelas tontas y nunca lo había visto, en mi casa no se veía y yo no lo veía, yo en la carrera me empecé a hacer amiga de gente que sí que lo veía y que me abrió un poco los ojos y fue muy interesante porque pudimos analizarlo varias veces desde perspectivas más académicas y estuvo muy bien, la verdad. Y desde aquello la verdad es que me gusta bastante, y al final escogí hacer mi TFG sobre *sálvame* también, hablé con una perspectiva social yo hablé de *sálvame* y la representación de las personas LGBT, entonces básicamente me pasé toda la pandemia viendo *Sálvame* a todas horas y me dio bastante tiempo a hacerme a la idea de cómo era todo y aparte eso tenía amigas que llevaban mucho tiempo viéndolo y que me avisaban de todos los dramas anteriores para entenderlo mejor, pero sí, fue a partir de la carrera.

¿Qué le gusta de *Sálvame*?

Pues me gusta del programa que son muy buenos generando narrativas. A la gente que hace *Sálvame* les llaman redactores porque es un poco el nombre que se le pone a cualquier persona que trabaje en periodismo, pero más que redactores son guionistas. Igual no crean de cero todas las tramas, pero sí son expertos en coger un drama real y convertirlo en una historia, y que algo que se podría haber terminado en una conversación fuera de cámaras, se convierta en algo que genera muchísimas emociones y sentimientos porque te involucra a ti. Empiezas a generar una serie de arquetipos y personajes muy estereotipados y tú vas escogiendo con quién vas a quién odias, con quién te enfrentas, a quién discutes. Yo veo *Sálvame* porque para mi es una mezcla entre ver una obra de teatro muy buena y ver un partido de fútbol. Es una forma de apelar a emociones muy primarias,

a la curiosidad que todos llevamos, a querer entender. Se les da muy bien generar suspense, generar emoción, entonces, a mi eso es lo que me llama.

¿Cuándo lo ve? ¿Con quién? ¿Habla de ello con alguien?

Suelo verlo sola, porque en este momento estoy viviendo con compañeras de piso a las que no le gusta. Se acercan a veces si lo estoy viendo en el salón y se interesan, pero por lo general, lo veo yo sola y, de hecho, muchas veces lo veo en el portátil por *streaming*. Lo que sí hago es comentarlo mucho con esos amigos que fueron los que me introdujeron al universo y, además, lo comento bastante en redes sociales. No tanto como cuando era la pandemia, que cuando era la pandemia la gente sabía que yo lo había visto todo porque era mi trabajo verlo de las 16:00 a las 21:15 que acababa en ese momento, pero, en este momento, lo veo un poco menos. Sí quedo, a veces, para ver programas especiales. Por ejemplo, un *Deluxe*, sí que voy a casa de un amigo a verlo, pero el *Diario*, lo veo más como algo mío y, además, si sé de antemano que hay un tema que me interesa, lo voy a ver. Y si creo que es un tema que no me interesa tanto, pues tampoco lo veo. No es algo que siga tan a rajatabla como antes, porque también mis horarios son distintos, pero sí lo comento mucho con otra gente.

¿Qué lugar ocupa en su vida *Sálvame*?

Pues durante un tiempo ocupó un sólido 70% u 80% porque coincidió, además, que fue 2020, entonces, esa época de pandemia me salvó un poco. Me salvó porque fue una época en la que no tenía nada que hacer, como la mayor parte de la gente, o lo que tenía que hacer, no estaba capacitada para hacerlo y tenía demasiadas horas muertas al día, en las que no sabía qué hacer que no fuera llorar o mirar ruedas de prensa cada tres horas de los datos de los hospitales. Entonces, en ese momento, para mi fue muy importante porque me genero una rutina, una rutina que era sentarme en el sofá y ver la tele, comparado con estar en cama llorando, pero sí me ayudó a generar una rutina. Ahora mismo, bueno, la verdad que estoy bastante involucrada en lo que está pasando con Rocío Carrasco, que no es en sí *Sálvame*, pero sí que es el *Sálvame Cinematic Universe*, por llamarlo así. Entonces, sí estoy bastante atenta, porque bueno, se van comentando cosas en los programas que tienen que ver con el documental, se saca información inédita, se ahonda

en los temas... Pero, ahora, yo diría que más bien un 20% o 30%, me interesa mucho lo de Rocío Carrasco, estoy muy involucrada, pero ya no lo veo a diario por inercia.

¿Cómo cataloga *Sálvame*?

Pues, esto me lo criticaron para el TFG y no me dejaron ponerlo así, pero me hace mucha gracia que el formato que usan ellos mismos es neorrealismo televisivo, y yo creo que tienen mucha razón. No es un término que esté todavía aceptado dentro del entorno académico, pero es que la mayor parte de las cosas que se están haciendo en *Sálvame*, la academia está veinte años atrás. Y vamos, no es que lo miren y no lo entiendan, no, es que no quieren mirar, no están interesados en investigar ese tema y es una pena, porque a mí me parece que está haciendo muchísima vanguardia a nivel de formato. Podemos entrar en si es ético, es moral, está bien, pero a nivel de formato, para mí es la televisión del futuro. Es la televisión en la que una escaleta se puede cambiar de un segundo a otro. No es el único que lo está haciendo, por ejemplo, en la carrera comenté muchas veces que *Sálvame* era muy parecido a *Al Rojo Vivo*. Al Rojo Vivo, no sé si son seis horas de programación en la que hay unos personajes, unos arquetipos, en la que hay una sensación de familiaridad con el público, como que no intentan hacer cosas espectaculares a nivel de realización, pero por eso mismo hay una sensación de cercanía y de honestidad. Simplemente es una mesa de tinte hablando tal y como podrías estar tú hablando y creo que eso es lo que funciona y, para mí, *Sálvame* es muy interesante en el sentido de que se carga muchas reglas que estaban establecidas en la televisión, reglas como que un presentador siempre tiene que ser una persona seria y no puede ser vulnerable, no te puedes burlar del presentador porque es una especie de Dios... Después, lo que hacen con el plató es surrealista, esos giros de cámara que hacen a veces, que de hecho a Karmele le dio una vez una cámara en la cabeza, una edición supermamarracha y hortera que cualquier otro programa no lo haría porque no es de buen gusto, es una cutrada, por ejemplo, cuando fue el *Caso Merlos* ponían un GIF de Alexia paseando desnuda por el plató constantemente, son cosas que nadie más se atreve a hacer pero que ayuda muchísimo a que tenga esa sensación de ‘Dios mío, son surrealistas, hacen lo que les da la gana’. Y después, lo que te decía, la idea de la cercanía con el público, también se consigue mucho por la idea de que el plató es muy líquido, ya no hay una estructura, ya no hay una cámara fija. Están corrompiendo constantemente la cuarta pared, se ve a los regidores, se ve a los cámaras, se habla con ellos, se bromea. Recuerdo una época en la

que vacilaban mucho a María Patiño y constantemente le ponían doble la pantalla para que saliera ella discutiendo consigo misma, después la ponían de azul para picarla, molestarla y generar contenido, y fueron a hablar con los de realización, interrumpieron el programa para subir al control de realización, que me parece impensable en cualquier otro programa. Igual si les da la gana cogen un micro y se van a un programa, que se está emitiendo en ese momento en Cuatro, para entrevistar a alguien que es interesante. A mí si me tiene sentido que sea neorrealismo televisivo, porque al fin y al cabo ellos mismos los protagonistas, tampoco son los comentaristas y periodistas sólidos que eran antes, ahora son protagonistas de la misma historia. De alguna forma, la gente que trabaja en *Sálvame* también está participando en una especie de reality ellos no solo van ahí a hacer su profesión, ellos van a vender su propio personaje. Entonces, a mí el término neorrealismo televisivo, me gusta bastante

¿Qué diferencias encuentra en *Sálvame* respecto a otros formatos similares de años atrás?

A mí me recuerda bastante *Sálvame* a *Aquí Hay Tomate*, es de los que más me recuerda, porque el resto de matinales y programas de tarde tienen un tono y un formato bastante más conservador. Estoy pensando, por ejemplo, los fines de semana no hay *Sálvame*, hay *Viva la Vida*, *Viva La Vida* es muchísimo más conservador, es muchísimo más semejante a la televisión que se hacía en los 80 y los 90, en los que, bueno, sí, igual hay una actuación en directo en medio del programa, pero es lo más emocionante que vas a tener. No vas a tener esas ediciones, no vas a tener momentos en los que la gente esté discutiendo, de repente pone una canción y todo el mundo se pone a bailar como si fuera la olla, no vas a tener a la gente haciendo la croqueta por el suelo. En cambio, *Aquí Hay Tomate*, yo creo que sí había plantado la semilla, pero, *Aquí Hay Tomate* igual era demasiado para ese momento, por eso también se acabó cancelando un poco de un día para otro, porque tenía una forma muy atrevida, muy polémica, de hacer las cosas y en su momento tardó en funcionar. Yo creo que *Sálvame* es heredero del *Tomate* más que de cualquier otro formato, porque es eso, son mucho más conservadores, *Sálvame* es familiar. Pero no del todo, *Sálvame* puede ser superpolémico, depende también de qué personas estén, porque el tono no es algo fijo, quien esté presentando, quien esté de regidor y sobre todo quien esté colaborando. Pero, no sé, en *Sálvame*, por ejemplo, Jorge Javier puede parar el programa para soltar una soflama criticando a VOX o metiéndose activamente en política. En *Viva La Vida* o *El Programa de Ana Rosa* no se podría hacer esto como tal, porque es

un programa mucho más de: ‘No nos quejamos, damos una opinión *family friendly*, somos estables, somos gente seria’, y para mi eso es lo que une a *Sálvame* y al *Tomate* y lo que lo distingue del resto de programas de la parrilla ahora mismo.

¿Qué papel juegan los colaboradores en el programa?

Creo que es muy complicado, porque cada uno empieza jugando un papel y esos papeles no duran para siempre. No creo que el contrato de cada uno sea distinto, no creo que, por ejemplo, a Paloma García Pelayo se la lleve en calidad de periodista y, en cambio, a Lydia Lozano se la lleve en calidad de payasa. Todos van en calidad de comentaristas, *entertainers*, por llamarlos así, colaboradores, pero sí creo que va cambiando a medida que el programa ve lo que le interesa, creo que hay una cierta presión por parte de ellos. Igual algunos quieren entrar por su faceta más periodística-analista y se acaban dando cuenta de que, si quieren seguir yendo, si quieren tener éxito en el programa, si quieren que les llamen, tienen que meter algo de su propia historia para enganchar al público, para generar emoción y para generar relatos. Creo que esto, por ejemplo, pasa bastante, pero creo que lo sabe gestionar bastante bien, con Miguel Frigenti. Yo pillé bastante de lleno la entrada de Miguel Frigenti porque fue esa época en la que no hacía otra cosa que ver *Sálvame*. Miguel Frigenti es una persona que estudia periodismo, que es muy bueno analizando realities y que se hizo famoso dentro del círculo de realities porque tenía un blog donde los comentaba. Apartir de ahí, se le empezó a llamar como invitado para analizar realities, para analizar *Gran Hermano*, *Supervivientes*, y se le empezó a llamar para *Sálvame* a partir del *Caso Merlos*, Frigenti estaba relativamente metido por el medio porque era amigo de Marta López y se le empezó a llevar para comentar este tema. Creo que es el ejemplo más claro de persona que ha entrado recientemente en *Sálvame* y tiene que valorar hasta qué punto da, hasta qué punto no da, porque él entró en calidad de eso, un poco como testigo, como amigo, para hablar de un salseo. Después, es muy bueno analizando, pero es que a la semana ya le habían sacado que había una persona que decía que le había puesto los cuernos a su novio y él tuvo que enfrentarse a esa situación de: ‘Si digo que no, que yo no estoy aquí para esto, no me van a volver a llamar, por muy buen analista que yo sea, por muy buen periodista que yo sea, si no hago una ofrenda, de una tarde entera, de salseo, de ¡Oh Dios mío! ¿Será verdad que le ha puesto los cuernos? Si no accedo a pasar por esto, a pasar por el aro, hay muchos analistas de realities. Tengo que poner algo de mi, tengo que hablar de cómo me hacían *bullying* de pequeño porque



era gay, tengo que hablar de mis hermanos, tengo que hablar de mis relaciones personales con otra gente, tengo que convertirme en objeto de interés porque como simple analista no me van a coger'. Y siento que eso es algo por lo que ha pasado la mayor parte de las personas que están ahora mismo en *Sálvame*, por no hablar de los que entran directamente como objeto de interés, estoy pensando en Anabel Pantoja, Kiko Jiménez.

¿Y Gema López?

Claro, hay gente que está muy aferrada a la parte del periodismo y que lo ha perdido más o menos con los años. Gema López es un caso muy particular, porque sino me equivoco, Gema López, Gustavo González, María Patiño y Chelo García-Cortés no estuvieron en *Sálvame* desde el principio, ellas venían de *¿Dónde Estás Corazón?* y por eso se las llamaba 'El Comando DEC' y, de hecho, muchas veces se les ha echado en cara abiertamente en medio del programa, que precisamente por no estar en *Sálvame* desde el principio, por no venir de un reality como fue el caso Kiko Hernández, o por no venir de conocer famosos como es el caso de Kiko Matamoros, o por ser directamente protagonista de la historia como Belén Esteban, el hecho de que ellas vinieran de un entorno más periodístico, se les ha echado en cara, muchas veces, que les da un toque elitista y que ellos creen que van a poder analizar a otra gente sin que a ellos les llegue nunca nada. Y claro, hasta cierto punto, en el caso de Gustavo, Gustavo cruzó claramente la línea, a objeto de interés, cuando saltó toda la historia de que le había puesto los cuernos a su mujer de toda la vida con una conocida actriz porno. En el caso de Lydia es más complicado porque Lydia sí que ha sido muchas veces personaje de interés, pero esto no ha afectado tanto a su vida privada, ha conseguido por un lado convertirse en la persona más torturada de *Sálvame* pero, por ejemplo, han puesto líneas rojas que se han respetado como es el caso de su marido, su marido se puede mencionar en el programa perfectamente, pero no se habla de su marido, no se entra a fondo, no salen escándalos relacionados con su familia, es como que ha sabido poner ahí la línea donde: 'Me podéis torturar a mi, pero dejad en paz todo lo que sea a partir de la puerta de mi casa'. De María Patiño tampoco se sabe prácticamente nada de su vida privada, yo prácticamente lo único que sé es que tiene dos chinchillas y poco más. Y también ha sabido hacer esto, pero también a costa de que María Patiño no necesita sacar de su vida privada para ser objeto de interés, porque ella es objeto de interés por cómo se la ridiculiza en plató, por cómo se la vacila desde realización, hay muchos memes de que es muy egocéntrica, cada vez que

empieza a hablar le ponen una grabación de fondo que dice: ‘Yo, yo yo, yo’. Es como que hay gente que es tan payasa de por sí, o que consigue dar tanto de sí misma, que por lo menos cierra el apartado de lo privado y, en ese sentido, no salen escándalos de ellas. Con Gema López, pasa algo parecido, de Gema López, no se sabe prácticamente nada de su vida privada, y tampoco es especialmente payasa. Gema López ha conseguido mantener esa especie de dignidad, de: ‘No, yo vengo aquí a analizar historias’, y esto se le echa muchísimo en cara, se le dice constantemente y, de hecho, cada vez que hay conflicto con ellas, porque sigue habiendo conflictos, claramente, aunque vayan en calidad de periodistas, también llevan ahí diez años, cada vez que hay conflicto, se le echa en cara de: ‘Ya, es que tú te crees mejor que nosotros porque no harías una exclusiva, porque no harías una portada, o porque no harías algo de esto’, y es complicado. Después, el otro caso, ya es un desastre absoluto, que es Chelo García-Cortés, que es de las personas más humilladas, pisoteadas y torturadas han sido en directo, desde Karnele, prácticamente. Y, Chelo, pues nada, en absoluto ha sido capaz de frenar de ninguna forma. Es que siento, que, de alguna forma, *Sálvame* te dice que si no comentas las cosas de una forma interesante, vas a tener que darnos algo más. Chelo no es buena comentando, de hecho, hay un montón de memes de que no habla en toda la tarde, que va solo a merendar y cosas así. Entonces, es como que dicen: ‘Vale, si no vas a ser capaz de suplir esto como periodista, vas a tener que suplirlo como objeto de interés y te vamos a sacar de tu famoso rollo con Bárbara Rey, te tenemos que sacar de la Pantoja, te tenemos que sacar que está mal con tu mujer, te tenemos que sacar de todo’. Y yo siento que, de alguna forma, por ejemplo, Chelo accede claramente porque tiene problemas de dinero. Entonces, eso es una situación muy compleja porque estás al mismo tiempo cobrando una cantidad absurda de dinero, estás saliendo en televisión, pero, estás saliendo en televisión, para ser el colmo de los chistes de la gente de tu alrededor. Entonces, es muy complicado, yo creo que hay muy poca gente en *Sálvame* que haya sido capaz de decir: ‘Soy periodista y no soy objeto de interés’, una de las poquísimas personas es Gema López y me atrevería a decir que, es prácticamente, la única.

Como espectadora, ¿Qué le provoca ver a los colaboradores afrontar situaciones difíciles de gestionar emocionalmente?

Te genera frustración, como una cierta ansiedad ajena. Ves que lo está pasando mal, y dependiendo de quién es la persona, empatizas más, si torturasen a Kiko Matamoros,

probablemente empatizaría bastante poco, pero como no lo torturan porque es intocable... Yo creo que, de alguna forma, para ver *Salvame*, tienes que poner distancia y autoconvencerte de que no pasa nada porque todo es mentira, un poco como cuando ves una película de miedo y tienes que decirte: 'No pasa nada, la sangre es ketchup'. Pues cuando ves *Salvame*, no puedes estar pensando en lo que sufren ellos, porque sería una tortura y tienes que autoconvencerte de que todo es mentira, pero no tienes claro hasta qué punto todo es mentira. Por eso, *Salvame*, muchas veces insiste en que: 'Es que Lydia llora por todo, es que María Patiño es una exagerada, es que Chelo ya sabemos cómo es', para poder justificar que se la siga torturando, pero, ¿Hasta qué punto? O sea, a mi me toca, especialmente, cuando se entra en el ámbito de: 'Si x persona merece estar en *Salvame*' o 'Vamos a echar a alguien de *Salvame*, ¿Quién va a ser?', porque yo no tengo nada claro hasta qué punto es mentira. O sea, tengo claro que se plantean unas bases, que desde dirección se les dice: 'No os preocupéis, sabéis que es una broma'. Pero yo creo que no es una broma en absoluto, yo creo que es una forma de dirección de testear las aguas y de ver quién genera interés y quién no, y esas personas saben que no es del todo una broma. O sea, saben que por una encuesta no les van a despedir en ese momento, pero saben que los directivos lo van a tener en cuenta para cuando les tengan que renovar el contrato en tres meses. Entonces, es una sensación complicada, porque te frustras, pero, al mismo tiempo, obviamente les funciona, porque si no les funcionara, la gente dejaría de verlo. Yo creo que te quedas mirando un poco... Porque ni siquiera lo estás disfrutando, pero lo miras por estar ahí, un poco por curiosidad, por ver qué pasa, porque te genera adrenalina y un poco porque no puedes dejar de mirar. No puedes pararlo, pero tampoco puedes dejar de mirar.

De hecho, lo del despido lo hicieron con Lydia y Terelu, Kiko y Rafa, Rafa y Anabel... Es algo bastante habitual.

Les funciona, ya sea por generar una narrativa que no va a tener repercusiones en la realidad, o para hacer un análisis de mercado gratis porque si tuvieran que hacer esto, les costaría dinero. Porque esto se hace en las grandes empresas, se contrata a una empresa ajena, se hace un estudio, se analiza, y aquí lo tienes. Tan sencillo como sacar un hashtag, hacer una encuesta en Twitter o ver cómo funciona *#YoVeoSalvame*, que es donde la gente genera protesta. Te metes ahí y sabes cómo están las aguas, que obviamente Twitter no es representativo de la realidad, en absoluto, será representativo del 2% de la realidad,

pero sí es cierto que la gente que se molesta en twittear es la gente que más fielmente va a ver el programa. Entonces, no sé, a mi me encantaría estar presente en una de esas reuniones. También entiendo que esas reuniones tienen que estar protegidas bajo 25.000 cláusulas legales, según las cuales, si se emite cualquier cosa que se haya comentado, supongo que habrá multas millonarias, pero ojalá saber. Estoy pensando en la gente que lo organiza, redactores, directores de programa, La Fábrica de la Tele, por no llegar ya a Paolo Vasile. Desde La Fábrica de la Tele tienen que coger distancia para poder hacer eso, tienen que autoconvencerse constantemente de que, bueno, es que esto es un juego. Y esto es lo que repite Jorge Javier. Estoy pensando también en una bronca espectacular que hubo entre Belén Esteban y Jorge Javier, cuando Belén Esteban volvió a la televisión y habló del COVID. Y bueno, tuvieron esa gran bronca, Jorge Javier insistía mil veces en que, bueno, ya sabes como es *Sálvame*, es un juego. Yo creo que, para trabajar ahí, genuinamente, te tienes que autoconvencer de que todo es un juego, para desarrollar una coraza, para que no te afecte lo que dice, ya no solo la gente de fuera, sino tus propios compañeros y tus propios directores. Yo entiendo que Chelo tiene que salir de ese programa repitiéndose a sí misma que, bueno, no pasa nada, que es todo broma, para que no le afecte que todo el mundo le esté diciendo que es una inútil, que no sabe hacer su trabajo, que es ridícula y que no interesa a nadie. Entonces, yo creo, que la gente pues, eso, disocia, de alguna forma, para lidiar con ello porque la realidad es muy dura de gestionar.

¿Forma parte de nuestra cultura esa relación permisiva entre el trabajador y el empresario?

No lo tengo claro, lo que pasa con *Sálvame* es que es muy, muy, muy iconoclasta. La gracia de *Sálvame* es constantemente bajar del pedestal a la gente que está por encima de ti, para que tú te sientas mejor y no pienses en que tu vida va a peor y que ellos no se lo merecen. Entonces es eso, es como una forma de torturar un poquito, cariñosamente, para poder lidiar tú con tu vida de mierda que es la vida del espectador, pero al mismo tiempo hay unas autoridades superclaras. En todo programa de televisión hay una autoridad, una figura de Dios, en este caso, se nota que hay cosas que no se tocan. Estoy pensando cuando están en directo los regidores, los más conocidos son David Valldeperas y Alberto Díaz. Por ejemplo, Jorge Javier, que es la persona más iconoclasta y que más se burla de absolutamente todo y que más te dice: 'No, es que esto es toda una mierda y al final

Telecinco es una mierda'. Jorge Javier con Alberto, hay muchos temas en los que no se mete y, de hecho, hay como un cierto respeto, un cierto aquí está el límite. Nos podemos burlar de muchas cosas, pero no podemos escupir para arriba porque nos vuelve a caer. Es extraño porque al final es muy difícil tener claro quién está detrás de *Sálvame*, es muy fácil ver las caras, es muy fácil ver a Jorge Javier, ver a Valldeperas, pero al final quienes están detrás son Óscar Cornejo y Adrián Madrid de la Fábrica de la Tele. Y a esas personas nunca se les ve la cara. Y esas personas sí que dan órdenes por el pinganillo. Y esas personas son las que mandan. Entonces, yo no sé si tiene que ver con la sociedad española, no creo que sea distinto en otras sociedades, no creo que seamos nosotros más lameculos o tengamos esta especie de sumisión frente a quien está por encima nuestro, sobre todo en entornos laborales. Yo creo que es general, dentro del capitalismo. O sea, *Sálvame* es la televisión de nuestros tiempos, pero cuando digo esto, que me parece interesante, no digo que nuestros tiempos sean buenos. Yo creo que *Sálvame* es el reflejo de la peor sumisión al dinero y al éxito rápido y a esta idea de idealizar la audiencia a toda costa. Idealizar el share y los ratings a toda costa. Y, en ese sentido, claro que hay una sumisión muy heavy, pero es que yo creo que incluso va más allá de los propios directores del programa. Yo creo que es una sumisión a la propia televisión, una sumisión a: 'Tenemos que hacerlo todo por el espectáculo', y esa idea de que merece la pena sufrir por ello porque al fin y al cabo lo que importa es siempre llegar a ese 1% más de audiencia que Atresmedia. Entonces, es complicado. Yo creo que es un reflejo de cómo funciona la sociedad en general, de cómo funciona el capitalismo y cómo en situaciones de desigualdad entre trabajadores y jefes, siempre el jefe va a aprovecharse de situaciones de vulnerabilidad para conseguir el máximo de ti cuando tú estás desesperado y tienes que hacer lo que sea para mantener ese puesto de trabajo que es lo que pasa muchas veces en *sálvame* aunque obviamente las cantidades monetarias y los abusos sean muy distintos de los que sin en otros trabajadores, pero no sabría decir si es algo específicamente español. También te digo que es muy difícil encontrar otro programa así en otro sitio de Europa o de Estados Unidos. Creo que, en general, hay, pues eso, bastante entretenimiento, pero no se me ocurre un sitio con dinámicas tan tóxicas como *Sálvame* o, dinámicas, tan abiertamente tóxicas. O sea, es posible que haya programas en los que las dinámicas cuando se apagan las cámaras sean: 'Te acuchillo', pero esos acuchillamientos en directo, yo no los he visto en ningún otro programa de entretenimiento en directo.

Pero, ¿Lo tenemos normalizado? Por ejemplo, la madre de Marta López asumió recientemente que, si ella quiere trabajar ahí, tiene que aguantar eso.

No, sí, eso yo lo viví muchísimo en una de esas historias de: ‘A este o a este’, que viví en directo, que fue cuando se hablaba entre Rafa Mora y Kiko Jiménez y era surrealista porque era como estar al lado de la horta y que los familiares tuvieran que hacer su discurso para convencerte de: ‘No, mata al otro’. Y, es que es muy fuerte, llamaban los padres diciendo: ‘Sí, si mi hijo es un chico estupendo, de verdad, merece la pena’. Era muy extraño, es que, es eso, tienes que distanciarte o autoconvencerte de que están haciendo el papel, porque sino es muy heavy que tenga que llamar tu madre para suplicar que no te despidan. Y yo creo que todos lo tienen muy interiorizado, porque Belén Esteban y Mila Ximénez, que quieren a Rafa Mora, contestaban cuando le preguntaban: ‘¿Tú quién quieres que se quede?’, contestaban medio frustradas, diciendo: ‘Yo entiendo que esto es lo que la gente quiere, que esto es así. Pero bueno, a mi me da un poco de pena’. O, ‘Yo entiendo a los jefes, pero esto yo no lo haría’. Y eso me da un poco de miedo porque me da la sensación de que sí es todo genuino. No contestaban como si fuera un juego, no contestaban como si fuera una simple anécdota más. Si está normalizado, pero no creo que sea algo explícito, no creo que se haya dicho nunca: ‘Tienes que hacer esto’, simplemente, tenemos tan interiorizado y tan asumido la necesidad de autoexplotarnos para satisfacer a quien nos da trabajo, que se acepta y ya está. No es una imposición, sino una imposición porque no nos queda otra. Por eso es aún más peligroso, porque podemos pensar que lo estamos haciendo por decisión propia. Y podemos pensar: ‘No, yo soy libre de que me hagan esto, yo escojo y accedo a que me hagan esto y no pasa nada. Es una decisión que tomo yo y no es que me obliguen’. Pero, es que, cuando la otra opción es que te despidan y quedarte sin tu fuente de ingresos, como en el caso de Chelo, que tiene deudas importantísimas, en ningún momento podrá ser una decisión libre. Los directivos se podrán autoconvencer de que es una decisión libre por parte de Chelo, para no sentirse mal, y podrán decir: ‘Bueno, a ella le gusta’, pero no es cierto. Chelo y cualquier trabajador explotado, o personas del ambiente de *Sálvame*, están haciendo esto porque tiene que hacerlo y no tiene otra. Nadie disfruta haciendo eso y nadie lo haría de forma voluntaria.

Pero cree que hay que tener en cuenta que ellos están en una posición de privilegio. Decías de Lydia Lozano que todos empatizamos con ella cuando llora, pero realmente no a todo el mundo le pagan de esa forma, ni podemos permitirnos coger la puerta e irnos.

Es complicado porque no es lo mismo, te puede dar mucha pena Rafa Mora porque igual le quitan su puesto de trabajo, porque llevan tres años insinuando que le cuesta su puesto de trabajo porque realmente es el más flojo que está ahora mismo contratado y lo tienen un poco como *punching-ball*, pero, es que claro, Rafa Mora lo estará pasando muy mal, pero a ver cuánto está cobrando. Tu hermana igual lo está pasando igual de mal y está en el McDonald's cobrando a 5 euros la hora. Obviamente no es la misma situación. No es la misma situación, pero es ver, en directo, como alguien se deja pisotear para mantener su puesto de trabajo. Entonces, dentro de que la empatía que genera es relativa, dentro del contexto, dentro de las posibilidades que tienen, estas personas las echan de *Sálvame*, no en plan superdramático, sino que a mucha gente se la deja de llamar, cada vez se la llama menos y acaba no yendo. Y su vida no termina, tiene muchísimas más opciones, tiene un altavoz impresionante, tiene contactos, tiene de todo. Tu hermana en el McDonald's no. Pero es que es lo que decía, lo que más miedo me da de *Sálvame* es como nos autoconvence de que eso es normal y como nos vende una situación increíblemente cruel. Y, que a nivel legal sería *mobbing*, si hubiese un sindicato es que esto estaría denunciadísimo, sería acoso laboral y sería despidos improcedentes, supongo, no como el de Antonio David, entonces es complicado. A mi lo que me preocupa de *Sálvame*, no es tanto la situación de ellos en particular, como la imagen que están dando, lo que están proyectando y el precedente que están creando. Pero, al mismo tiempo, me gustaría conocer las situaciones en las que trabajan, porque, ya te digo, igual todas estas preocupaciones que tengo yo, es una estupidez, es absolutamente todo un teatro, está absolutamente todo pactado y cada uno se va a su casa y es feliz. Me da la sensación de que no y me da la sensación de que todos nos damos un poco cuenta de que no, todos fingimos que sí, para no sentirnos muy crueles participando como audiencia de la tortura de otra gente.

¿Cómo repercute en la sociedad el tratamiento de *Sálvame* en cuanto a normas sociales?

Pues te dice que tienes que aguantar. Es que a veces tú, sin darte cuenta, adoptas la posición de los directivos. Te pongo un ejemplo, cuando fue otro de los casos más

sonados, yo creo que fue durante la pandemia o igual fue justo antes, en *Sálvame*, cuando se quedan sin temas lo que hacen es recurrir a temas del pasado que o bien no tocaron en su momento, o bien están muy trillados y ha salido una nueva perspectiva. Uno de los temas que salió, fue uno de los más dolorosos de la vida de Lydia Lozano, que es el *Caso Ylenia*. En este tema yo no conocía el pasado, yo empecé a ver *sálvame* aproximadamente en 2015, entonces sí se hacían referencias a veces y sabía que había pasado algo, pero no lo sabía a fondo. Yo me encontré fascinada por esta historia, tal y como se fascinó la gente hace más de diez años y se volvió a fascinar cuando se volvió a contar ahora. Y era consciente de que Lydia estaba sufriendo, de que claramente esto para ella era una línea roja, tal y como lo es la vida privada de su marido. Pero al mismo tiempo, algo en mí decía: ‘Joder, Lydia. ¿Qué te cuesta? En plan, ¿Por qué no lo dices? Sería tan interesante. Hostia, ¿Qué te cuesta? ¿Por qué no dices el nombre de la fuente? ¿Qué más te da ya? Y sentía esa misma necesidad que sentían los directivos de presionarla hasta que reventara y dijera uno de los pocos secretos que ha guardado en toda su vida. Entonces tenía que alejarme un poco y decir: ‘Hostia, está llorando ahora mismo. Esto no es un poco drama, esto es una persona teniendo un ataque de ansiedad en directo’, porque me creo al 100% los ataques de ansiedad que le daban y el que le dio cuando le anunciaron que se iba a tocar ese tema, que para ella es muy traumático. Yo me creo que para ella siga siendo traumático que le saquen el tema, que una cosa es que se mencione de broma y otra que se diga se va a contar la verdad que todo este tiempo has estado ocultando. Yo creo que para ella eso fue muy jodido emocionalmente, tal y como sería para mí que se volviera a sacar un tema que me ha dolido muchísimo hace diez años y que me sigue persiguiendo. Aun así, yo quería presionarla, yo quería empujarla un poco. ¿Por qué no? Y eso es horroroso, porque te conviertes en el directivo cruel, pero no tienes a nadie contra quien ejercer ese poder o tipo de abusos y por eso te apetece ejercerlos contra los de *Sálvame*. Porque dices: ‘Joder, ya que mi vida es una mierda, los ejerzo contra ti’. Y aceptas que, a veces, por el bien de la audiencia, por el bien del trabajo o lo que sea se empuje a la gente, se le presione y se le haga llorar. Estoy pensando también en una anécdota completamente aleatoria. En *Operación Triunfo*, en una de las últimas ediciones cuando Los Javis presionaban a los cantantes para que sacaran todos sus traumas, lloraran, expresaran emoción y era como: ‘Claro, después sale una canción preciosa, sale una obra maestra’. Ya, pero es que antes has tenido que presionarlos muchísimo y hacerles muchísimo daño para que saquen eso. En cuanto aceptas esas premisas de que apretando a la gente se consigue mucho que los diamantes se crean bajo presión que es algo que se



dice mucho para que te autoconvenzas de que merece la pena que vivas una vida de mierda, que trabajes 80 horas a la semana. Como los grandes genios dicen que para hacer cosas buenas de verdad tienes que autopresionarte, tienes que sacrificarte, tienes que sufrir, esto genera la idea de que tienes que dedicar toda tu vida a crear, producir y consumir para otra gente. Entonces el problema de *Sálvame*, como el problema de todas las estructuras neoliberales en las que se plantea que debemos sufrir y debemos darlo todo por un trabajo para que este merezca la pena y para sentirnos realizados como personas, lo que dicen es que nuestras vidas no valen, solo valen lo que podamos producir y que tengamos que sufrir para producir algo bueno. Con el *Caso Ylenia*, para mí fue un poco eso fue un poco la idea de: ‘Uf, pero si es que hay que empujarla un poco para que lo diga, ¿Por qué no la empujamos un poco? Aunque sufra, va a merecer mucho la pena, va a ser superinteresante’. Claro que pasa que, en un entorno, en especial, como el mío o como cualquier entorno con vocación, en particular en el periodismo porque es un entorno muy romántico y tal, si te gusta lo que haces tienes que trabajar 70 horas a la semana y si no es que realmente no te gusta. Si te gusta tu trabajo, tienes que llegar a las 11 y media de la noche a casa, tienes que echarte a llorar porque no has hecho nada en todo el día, porque no tienes tiempo y esto afecta a la gente y no solo periodistas o gente del entorno *Sálvame*, sino que afecta a todo el mundo la idea de que solo vales tanto y cuanto puedas producir, si tienes que sufrir para producir algo bueno, tienes que sufrir. Y eso es lo que le está diciendo *Sálvame* a la gente.

De hecho, una de esas tardes, Lydia llorando dijo: “Hoy soy un número” en referencia a la audiencia que podían hacer.

Sí, porque son plenamente conscientes de que no pueden tirar mucho de la manta, en primer lugar, no pueden escupir para arriba siempre tienen que poner excusas cuando se quejan. “Yo quiero mucho a mis jefes, pero por ahí no paso, pero antes tienes que decir que quieres mucho a tus jefes, pero no se puede decir abiertamente “me habéis traicionado” o me habéis hecho una putada o me habéis mentido, tienes que callarte, llorar, pagarla con alguien que esté en plato en ese momento, pero no puedes decir abiertamente me habéis tendido una trampa y me estáis presionando y no voy a ceder. Tienes que sobrevivir al día como sea e intentar mantener tu línea roja como línea roja porque sino a la más mínima oportunidad van a pisotear cualquiera de tus criterios y cualquiera de tus exigencias, porque vale mucho más el número.

¿Qué lugar ocupa la política en *Sálvame*?

Por un lado, todo, porque todo es política y porque los temas que trata *Sálvame*, muchas veces, están mucho más cercanos a la política que los que trata *Al Rojo Vivo*, que al fin y al cabo, se dedica a temas más legislativos o a temas de pactos entre partidos, *Sálvame* habla directamente de temas que afectan a la sociedad, se habla de dinero, se habla de problemas familiares, se habla de problemas de relaciones. Al margen de eso, hablando estrictamente de política en el contexto de partidos políticos, acciones políticas o cosas así, depende radicalmente de quien esté. Porque tienes a una persona o a un regidor que está dispuesto a dar mucho juego como David Valldeperas, que le ríe las gracias a Jorge Javier y que cuando Jorge Javier dijo en directo: ‘Este programa es de rojos y maricones’, Valldeperas en vez de mandarle callar, se ríe. O que tengas a alguien como a Alberto, que es mucho más: ‘Vamos a hacer lo que vamos a hacer, esto es entretenimiento, no te pases’. Y depende radicalmente de quien este de presentadora también. Puedes tener a Jorge Javier diciendo: ‘Este programa es de rojos y maricones’ o puedes tener a Paz Padilla, que no sabe en qué año vive y que en ningún momento va a decir nada remotamente parecido a la política porque es la clase de persona que te dice: ‘No, de política no, que nos enfadamos. No vamos a hablar de eso, vamos a hablar de cosas graciosas’. Y es como: ‘Vale’. Pero cuando estás hablando de violencia de género, en el caso de Rocío Carrasco, estás hablando de política; cuando estás hablando de cuestiones de abuso de poder, estás hablando de política; cuando estás hablando de relaciones familiares, de herencias, estás hablando de política. Estás hablando constantemente de política. Entonces en *Sálvame*, tiene un papel muchísimo más grande la política que en otros y por eso también, en ese sentido, es más progresista, aunque depende radicalmente de quien vaya, porque como vaya Kiko Matamoros, Antonio Montero, un par de personas así, ya el programa se vuelve una clase del Opus. Pero sí es cierto que las personas, especialmente de derechas, suelen ser un poco el chiste. Antonio Montero suele ser el chiste, Marta López es muchísimo el chiste. Esto no pasa, en otros formatos como *El Programa de Ana Rosa* que son muchísimo más conservadores, ya no solo dentro del espectro político sino de la forma de hablar de política. Es como que separan quién puede hablar de política y quién no, de hecho, es muy visible, porque tienen la mesa de hablar de política y luego el sofá de hablar de realities. En *Sálvame* no, en *Sálvame* pueden estar hablando del último *Gran Hermano* y, de repente, saltar a decir: ‘Oye, ¿Has visto lo que ha soltado la imbécil de Rocío Monasterio?’ Sí tiene un papel muy importante la política, pero no es algo para nada

estable ni para nada predecible, depende de las intenciones personales de un par de personas muy específicas que sí quieren entrar al trapo y que pueden entrar al trapo porque tienen toda una carrera detrás que los respalda para hacer, un poco a estas alturas, lo que les dé la gana. El resto de personas, creo que no tienen tanto interés en entrar en política porque saben que es un tema que casi siempre les va a restar más audiencia de la que le dé, tienen que mantenerse lo más neutrales posibles para que les pueda ver tanto una señora de Vallecas con una pensión de 300 euros, como una señora del Barrio Salamanca que cobra 5000 al mes. Por eso me parece interesante que se le permita a Jorge Javier, por ejemplo, decir las cosas que dice. Pero ya te digo, creo que es una de las pocas personas de España a la que se le permite decir lo que dice, y aun así pondrán frenos, porque se lo ponen. Y después de lo de ‘Rojos y maricones’ hubo muchas coñitas con que era bolchevique y tal, pero en el programa siguiente dijo: ‘Oye, que a mi me encanta que nos vea todo el mundo’, como para aclarar que no queremos perder ni un milímetro de audiencia, aunque sea a costa de una señora neonazi. Entonces, eso es complicado.

En este sentido, ¿Encauza en la opinión pública e influyen sus posiciones políticas?

Creo que sí, se habló mucho en pandemia de temas estrictamente políticos y yo creo que es porque en la sociedad, también en los últimos 5,6,10 años, se ha empezado a hablar muchísimo más abiertamente de política. Siento que antes sí se mantenía como algo un poco más al margen en plan: ‘Bueno, hablamos de otras cosas y ya la política cada uno en su casa se gestione como quiera’. En cambio, ahora estamos todo el día hablando de política porque estamos con un clima muy crispado. Además, un espectro político muy igualado entre la izquierda y la derecha con elecciones constantes por movidas que parecemos no poder evitar. Entonces, creo que Sálvame no deja de ser un poco eso, el espejo deformado en el que se refleja la sociedad y si la sociedad está hablando de política, Sálvame va a hablar más de política. Hasta qué punto influye, yo no lo tengo claro. El discurso de Belén Esteban, en ese momento, que era un discurso muy próximo al Partido Popular y prácticamente Vox porque era un discurso muy muy en contra de las acciones del Gobierno, no por ser el Gobierno sino por ser claramente el PSOE, yo creo que por desgracia sí que influyó a bastante gente que tenía la imagen de Belén Esteban como la pobre precaria que la echaron de la mansión del torero, una chica pobre que tuvo que cuidar a su hija y que además habla mal, entonces empatizamos con ella, porque es del pueblo. Y yo soy del pueblo y me frustro bastante porque Belén Esteban ya no es pueblo,

de hecho, se lo dijo Jorge Javier: ‘Tú ya no eres la Princesa del pueblo’. Y es que es cierto, Belén Esteban ha llegado a cobrar cerca de un millón de euros al año entre Sálvame y promociones, entonces me frustró porque canalizaba una frustración lógica en ese momento en el que estábamos todavía en lo peor de la primera ola o llegando a la segunda, pero estábamos en un punto muy muy complicado para todo el mundo, y lo canalizó de una forma un poco torticera. Entonces, yo creo que sí es el típico discurso populista que, en ese momento, encajó con mucha gente y, de hecho, Jorge Javier yo diría que ganó la discusión como tal, porque al final en la discusión, Belén Esteban se acabó amilanando bastante y Jorge Javier se mantuvo muy altivo y muy seguro de lo que decía. Creo que ganó la discusión como tal, pero no salió vencedor en la opinión pública. Me da la sensación de que en ese momento se empezó a hablar de algo que está muy presente ahora en los círculos de gente que ve Sálvame que es esa idea de Jorge Javier como un dictador que impone su opinión y no deja que todo el mundo hable y ya ligado a un montón de estereotipos de comunista, que no deja que nadie opine otra cosa... Entonces, esa discusión en particular yo creo que sí encajó con mucha gente y pudo haber llevado a mucha gente a encajar con unas conclusiones a las que no habría llegado de otra forma, pero en general no lo sé. Me encantaría saberlo, pero creo que es un estudio bastante difícil de hacer. Es que depende tanto del día, hay días que parece que la conclusión final a la que se llega es increíblemente conservadora y hay días en los que Antonio Montero abre la boca para hablar y se le dice: ‘Calla, facha’, y se ridiculizan ideas tuyas que son muy propias de gente conservadora. Yo creo que ellos mismos, deliberadamente, intentan que sea siempre una de cal y una de arena y a la hora de establecer la plantilla son ya conscientes de antemano de cómo se van a tratar ciertos temas e intentan que siempre todo el mundo esté un poco contento y que no haya siempre unos discursos superrompedores progresistas ni tampoco haya el discurso del Opus Dei de Montero.

¿Cree que la cara oscura del formato parte de su éxito?

Yo creo que esta forma de tener a los trabajadores y esta forma de tratarlos da a Sálvame una de sus cosas más interesantes y mejores y peores, que es la inestabilidad. Nunca sabes con que te va a llegar Sálvame al día siguiente y para eso necesitas, por un lado, poder tener flexibilidad, poder decir: ‘Nos ha llegado una bomba, cambiamos la escaleta ahora mismo. Vais a flipar con lo que ha pasado. Tú siéntate. Tú levántate. Vamos a cambiarlo

todo de repente'. Y por otro lado que obviamente tú trabajas, no mejor, pero más eficientemente o más a destajo cuando sabes que tu situación es vulnerable o cuando sabes que tu situación es más inestable. Entonces, yo creo que esta forma de torturar a la gente o de que nunca sabes qué va a pasar, ayuda por un lado al ritmo del programa y ayuda, por otro lado, a que la gente esté desesperada por quedarse y esté en tensión. Obviamente, hay gente que no está en tensión obvia a día de hoy, pero es gente que se ha trabajado ese puesto. Jorge Javier, se habló hace tiempo que lo iban a echar de Sálvame precisamente por lo que había dicho de 'Rojos y maricones' y lo de Vox, yo no creo que el puesto de Jorge Javier peligrara en algún momento, tal y como no creo que el puesto de Belén Esteban peligre o el de Kiko Hernández, pero es que es gente que se lo ha ganado, que ha puesto su vida entera. Kiko Hernández, otra persona que ha puesto líneas rojas con respecto a su vida privada muy muy fuertes. De hecho, hace poco se intentaron saltar un poquito cuando saltó la historia de si había tenido algo con Carmina Ordoñez, lo frenó en seco y en un principio parecía que se levantaba y se iba. Y se respeta por su parte porque Kiko Hernández te da el suficiente material a la televisión como para no tener que dar material propio. Dicho esto, creo que es deliberado por parte de Sálvame, esa inestabilidad para poder cambiarlo todo de un día para otro y esa inestabilidad para que la gente esté en tensión y tenga que dar el máximo constantemente porque siente que sino se va.